



# VERKKOKAUPPA B2B-MYYNNIN KIIHDYTTÄJÄNÄ -KYSELY

28.4.2021 KATJA LINDQVIST



DHL Express. Excellence. Simply Delivered.

# Kyselyn toteutus

Kysely toteutettiin Questback-ohjelmalla. Se jaettiin DHL Expressin asiakkaille sähköpostilla ja LinkedInissä. Kysely oli käynnissä 9.4.-25.4. välisen ajan. Kyselyyn osallistui 133 vastajaa. Kyselyn tavoitteena oli kasvattaa tietoutta B2B-yritysten digitalisoitumisesta ja selvittää, missä mennään yritysten digitalisoitumisessa. Kysymykset kohdistuivat myös B2B-yritysten verkkokaappoihin. Kysymyksiä oli yhteensä 8 + taustakysymykset, joista osaan vastasi verkkokaupan omaavat ja osaan ne, joilla ei ollut verkkokauppaa.

## Business-2-Business E-commerce

[ biz-nis tuh biz-nis ee-kom-ers ] *noun*

“Yritys ostaa toiselta yritykseltä, jossa koko tapahtuma - mukaan lukien maksut ja toimitus - toteutetaan verkkosivuston kautta ilman, että sinun on oltava ensin asiakas, kirjaututtava rajatulle portaalille tai puhuttava ensin myyntihenkilön kanssa.



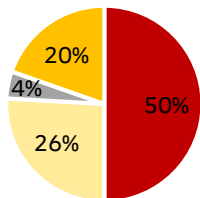
# Vastaajien taustatiedot 1/2

N=133

## Yrityskoko ja liikevaihtoluokka

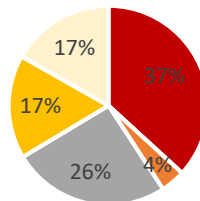
Yrityskoko, hlö

- Enintään 10
- Enintään 50
- Enintään 250
- Yli 250

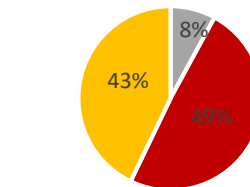


Liikevaihtoluokka, €

- Alle 2M€
- Enintään 2M€
- Enintään 10M€
- Enintään 50M€
- Yli 50M€



Toimiiko yrityksesi B2C/B2B/molemmissa?

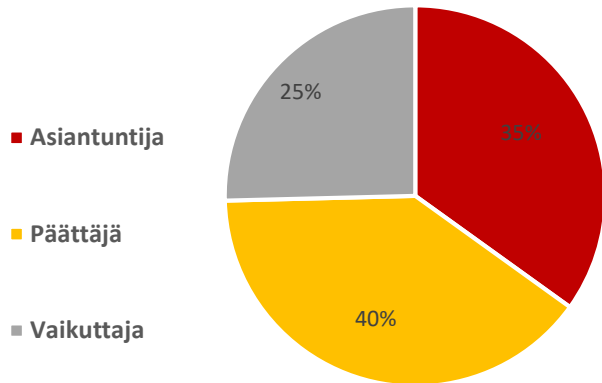


■ B2C ■ B2B ■ Molemmat

Puolet vastaajista olivat mikroyrityksistä (enintään 10 hlö) ja 30% pienistä ja keskisuurista yrityksistä, 20% isoista yrityksistä. 92% yrityksistä toimii B2B-markkinassa.

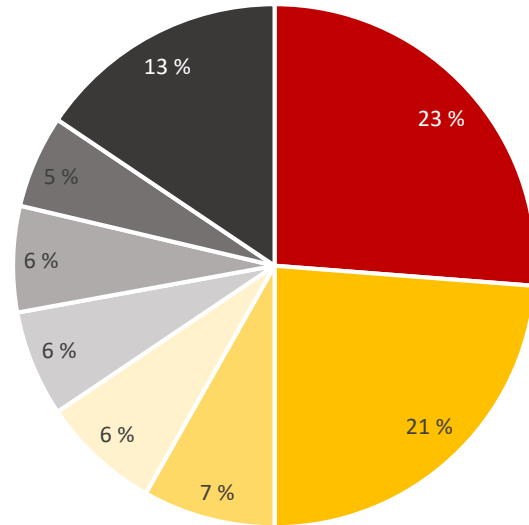
# Vastaajien taustatiedot, 2/2

## Vastaajan rooli yrityksessä

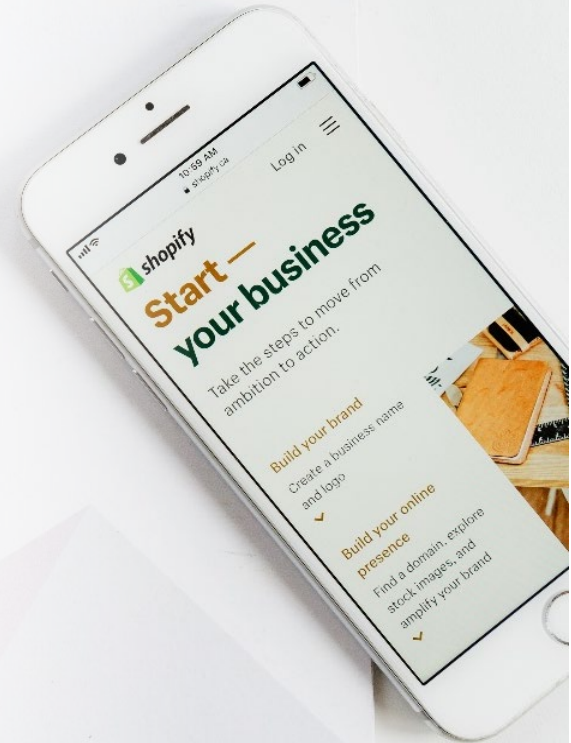
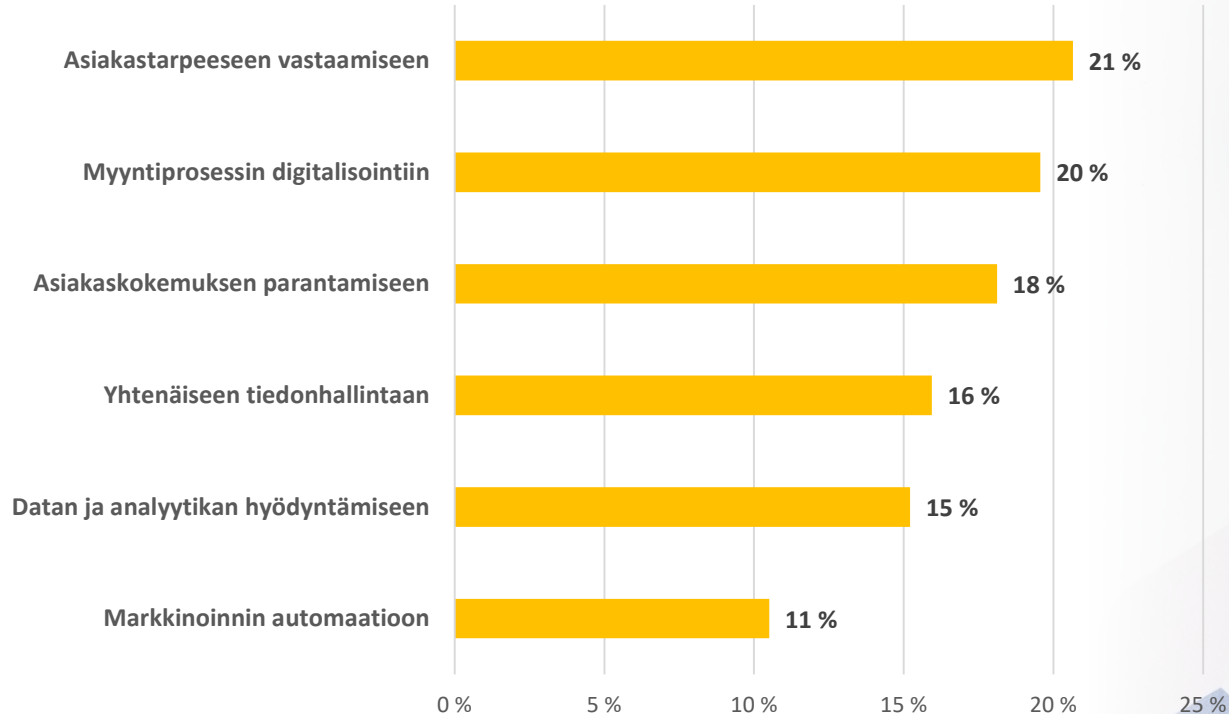


## Yrityksen toimiala

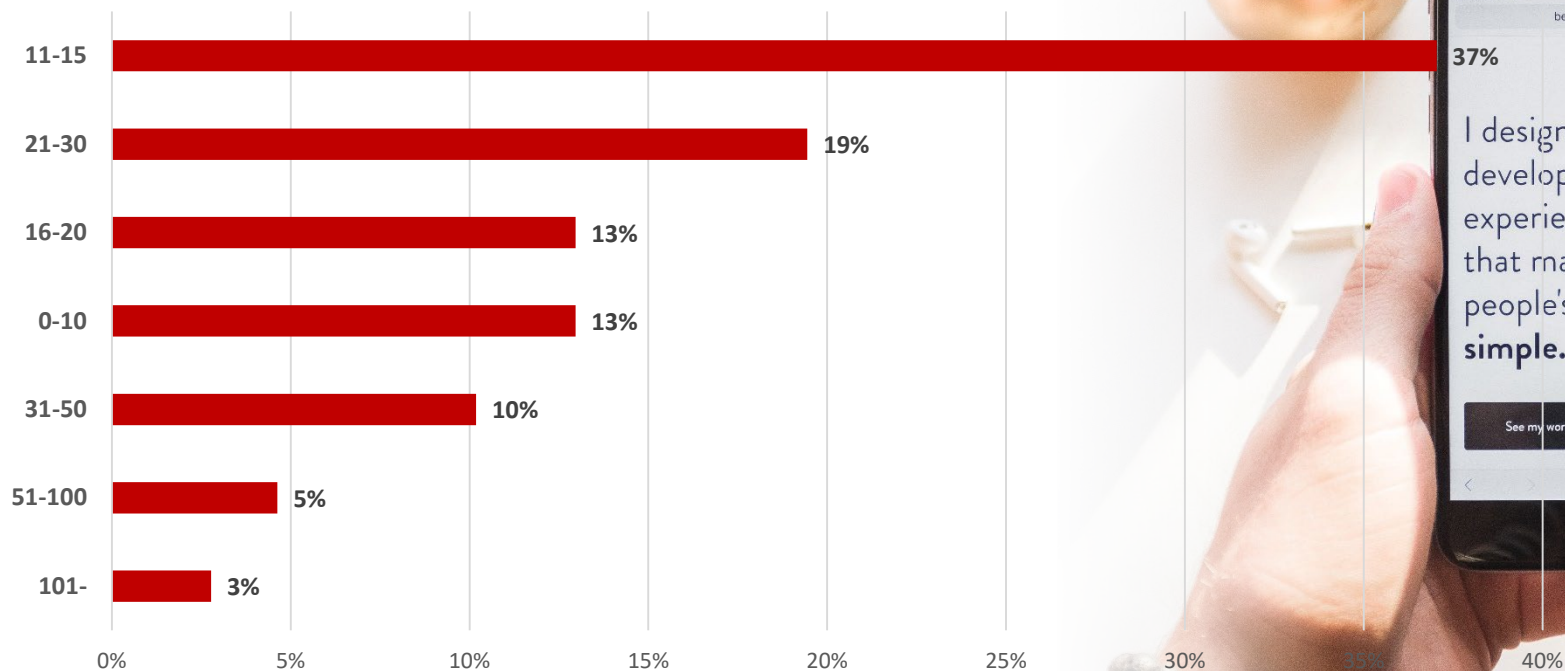
- Teollisuus
- Tukku- ja vähittäiskauppa
- Maahantuonti
- Valmistus
- Teknologia
- Lääketiede, laboratorio
- Koulutus, konsultointi, suunnittelu
- Muut



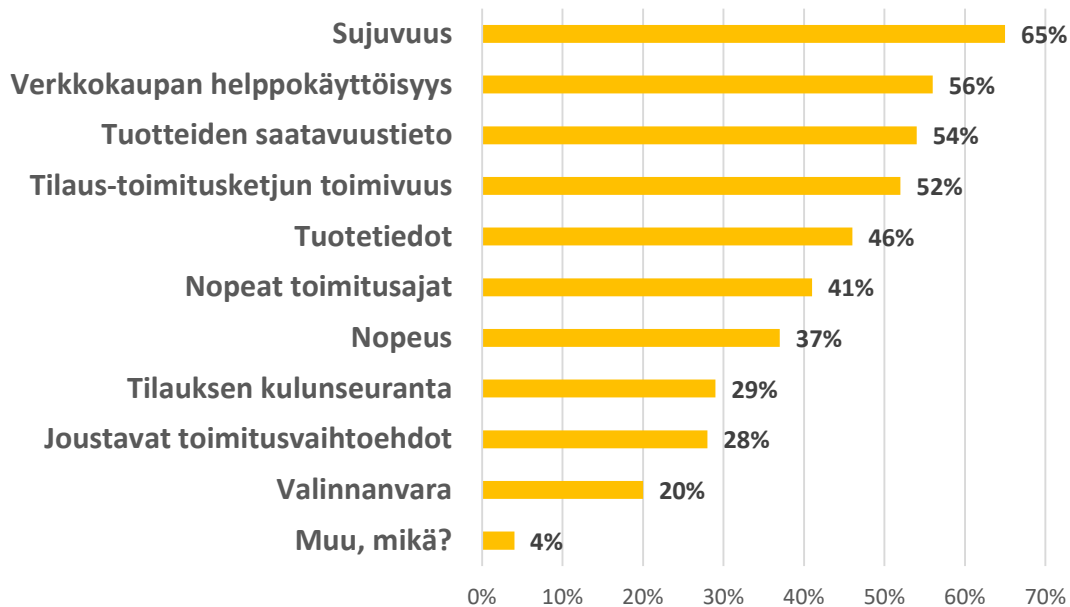
# Mihin digitalisaation osa-alueisiin aiotte panostaa vuonna 2021?



# Kuinka monta prosenttia uskot B2B-verkkokaupan kasvavan globaalisti tänä vuonna?



# Mitkä ominaisuudet koet B2B-verkkokaupassa tärkeimpinä?



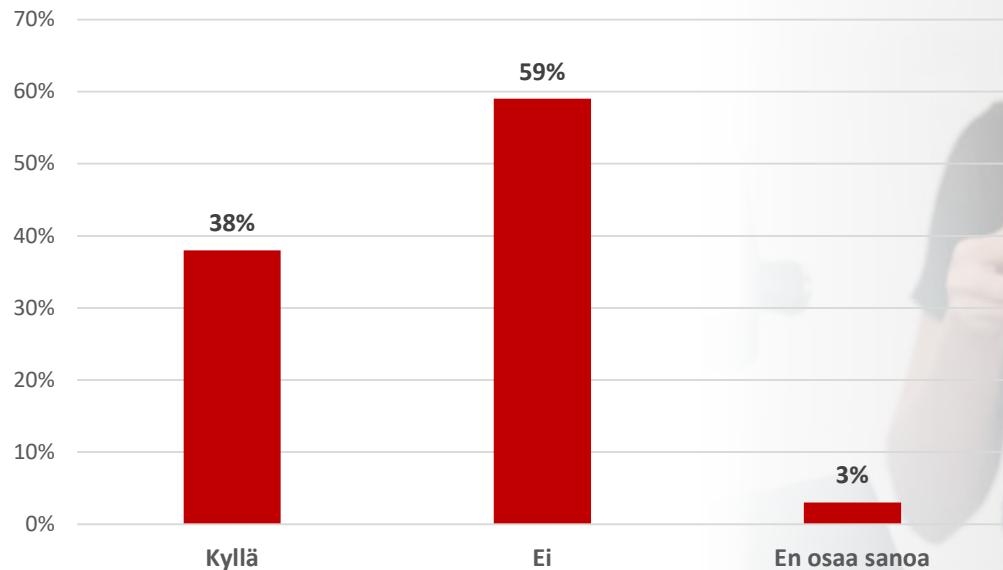
# 65%

PITÄÄ SUJUUVUUTTA VERKKOKAUPAN  
TÄRKEIMPÄNÄ OMINAISUUTENA





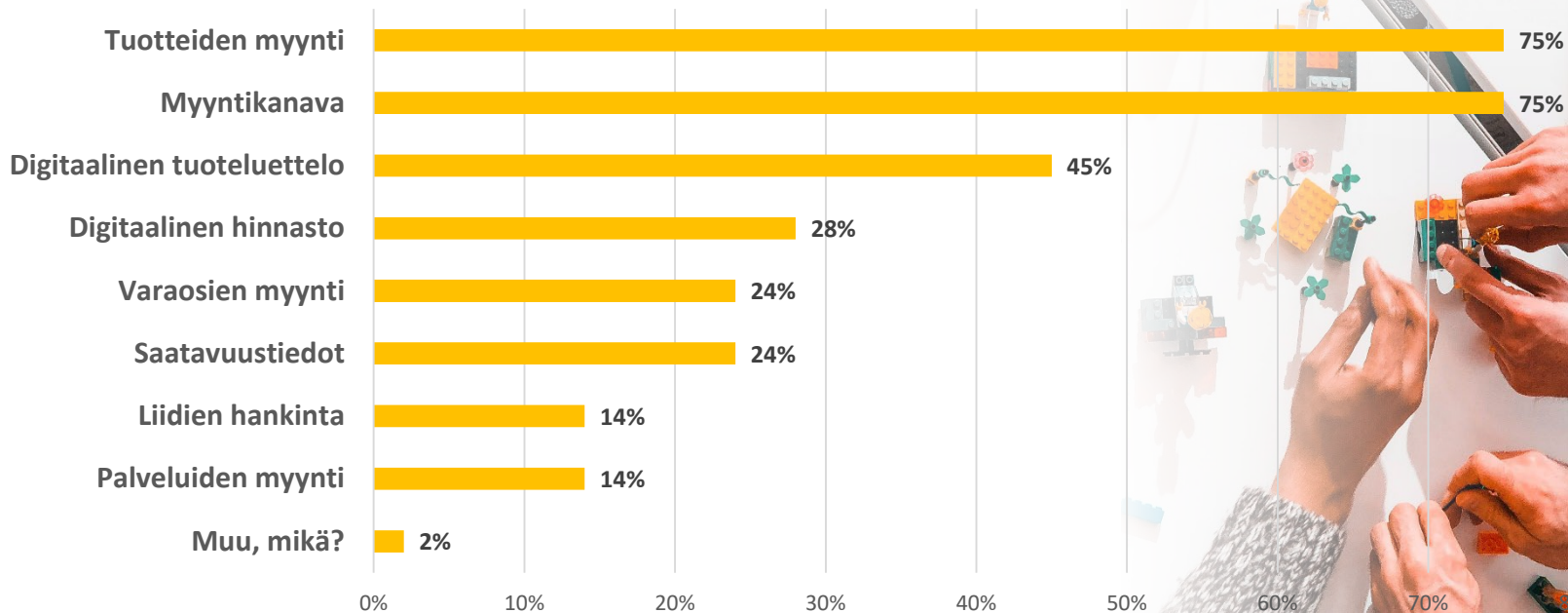
# Onko yrityksessä, jossa työskentelet B2B-verkkokauppa?



**59%** vastasi, ettei yrityksellä ole verkkokauppa.

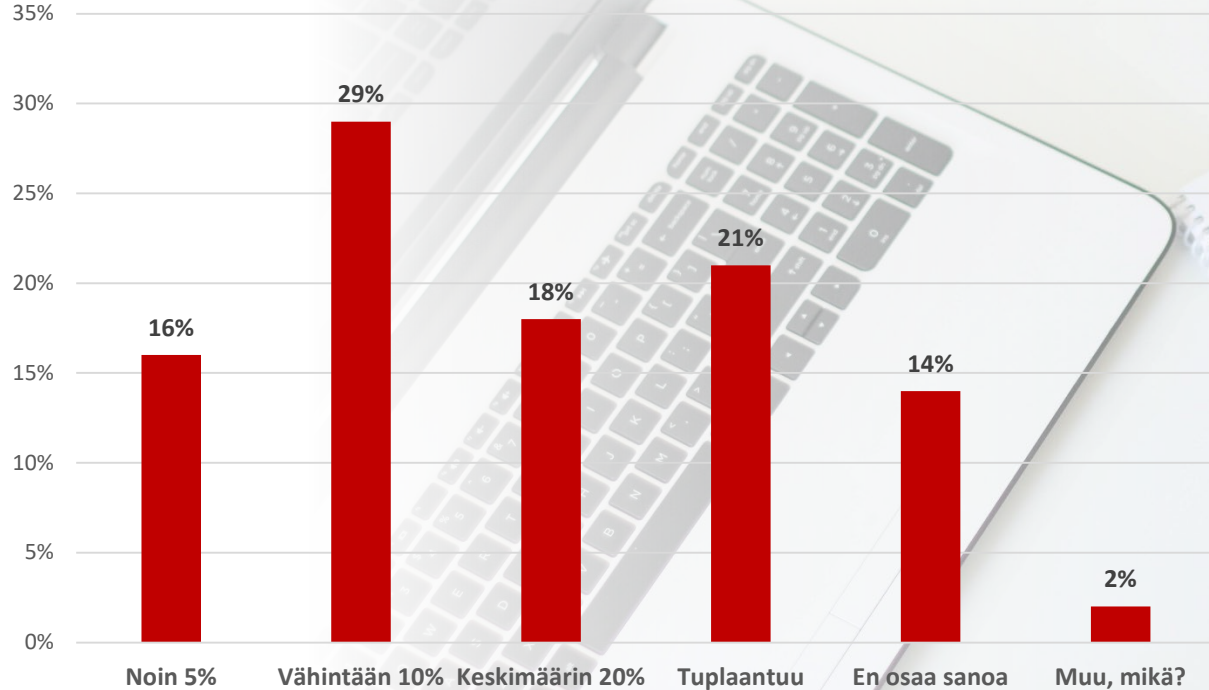


# Mikä rooli verkkokaupallanne on?

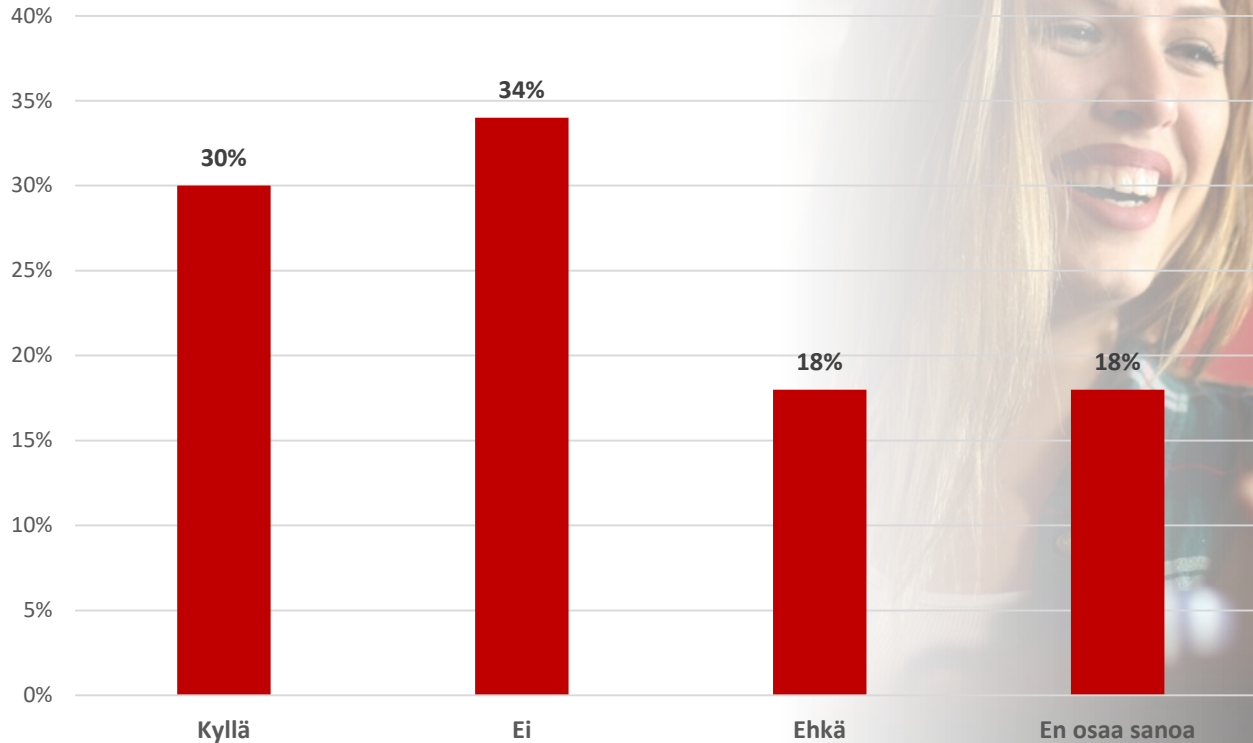


**75%** vastasivat verkkokaupan roolin olevan tuotteiden myynti ja toimia myyntikanavana.

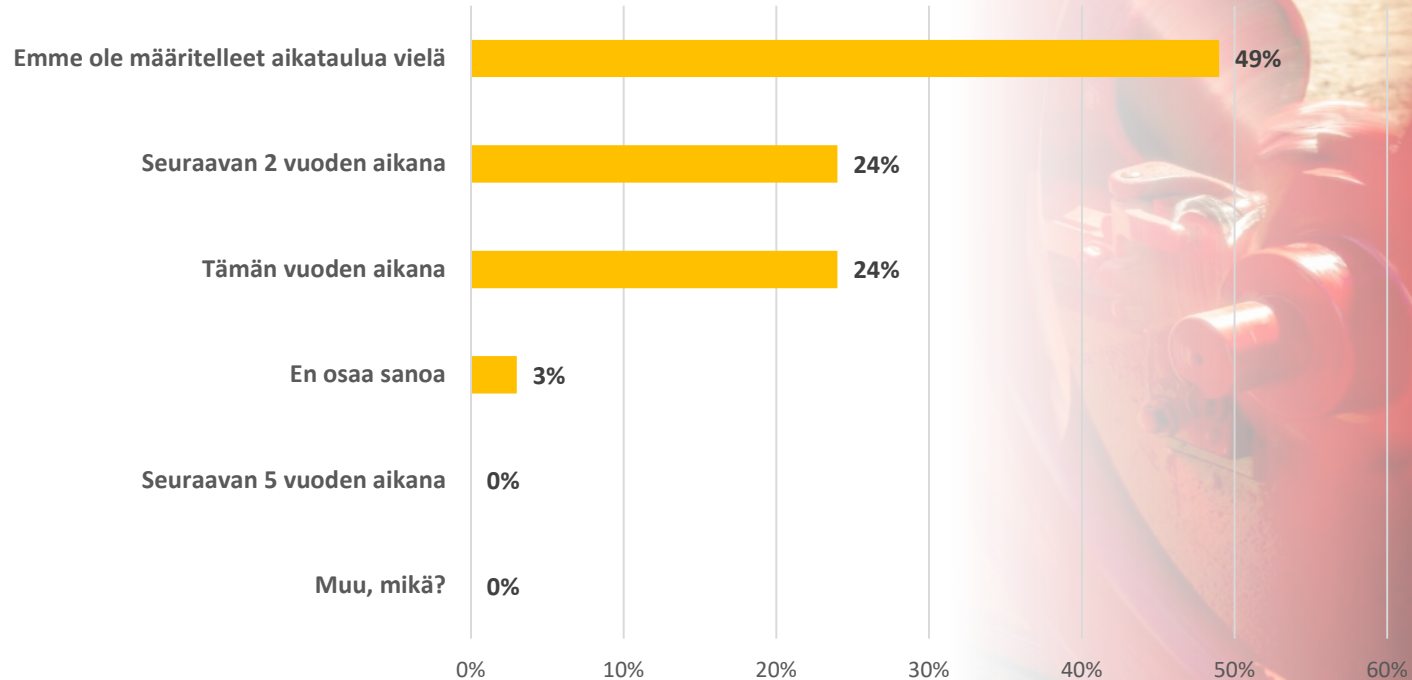
# Kuinka paljon uskot yrityksenne B2B-verkkokaupan myynnin kasvavan tänä vuonna?



# Onko yrityksesi harkinut B2B-verkkokaupan perustamista?



# Millä aikataululla verkkokauppa on aikomus perustaa?



## Loppuyhteenveto

- Vastaajayrityksistä vielä vähemmistöllä (38%) B2B-yrityksistä on verkkokauppa
- Asiakastarpeeseen vastaaminen ja myyntiprosessin digitalisointi ovat kuitenkin tärkeimpiä kehityskohteita – digitalisaatio etenee asiakaslähtöisesti
- Harva uskoi vielä kovaan B2B-verkkokaupan myynnin kasvuun
- B2B-verkkokaupassa nähdään tärkeinä samoja ominaisuuksia kuin B2C-verkkokaupoissa; sujuvuus, helppokäyttöisyys, saatavuus, tilaus-toimitusketjun toimivuus
- Niillä, joilla verkkokauppa on se toimii useimmiten myyntikanavana ja oman verkkokaupan yli 20% kasvulukuihin uskoi 39%
- Noin 48% uskoo kuitenkin siihen, että verkkokauppa perustetaan ja se tapahtuu 1-2 vuoden sisään 48% yrityksistä, joilla ei vielä verkkokauppaa ole





**KIITOS.**

