



Paper Planes Consulting Agency



ФАКТ

TADVISER

Автоматизация работы с B2B-клиентами в российских компаниях



Сергей Худовеков

Старший партнер Paper Planes, руководитель
практики HR



Владимир Борковский

Аккаунт-директор веб-интегратора «Факт»



Методология исследования

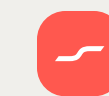
С апреля по май 2024 года мы опросили 91 производителя и дистрибьютора крупных и средних организаций из более чем 8 отраслей с годовой выручкой от 1 млрд руб. В опросе участвовали руководители направлений электронной коммерции, отдела продаж и сбыта, цифровой трансформации и маркетинга. Респонденты отвечали на вопросы анонимно, через онлайн-платформу, методом закрытого анкетирования.

1

Цель исследования

Оценить текущий уровень зрелости электронной B2B-коммерции и партнерских взаимоотношений в российских компаниях, а также перспективы и риски автоматизации работы с B2B-клиентами.

2



Paper Planes Consulting Agency

Агентство, которое создает маркетинговые стратегии с опорой на данные. 14 лет помогаем бизнесу принимать эффективные управленческие решения на основе научного подхода и расти с помощью развития клиентского сервиса, автоматизации и цифровизации.



ФАКТ

Лидер по количеству внедрений B2B E-commerce решений для производителей и дистрибьюторов России. За 12 лет успешно реализовали более 380 проектов для крупных предприятий из 10 отраслей. Обладаем большим опытом внедрения нетиповых проектов и высоконагруженных решений.

TADVISER

Крупнейший в России портал по теме корпоративной информатизации. Информационный партнер исследования.



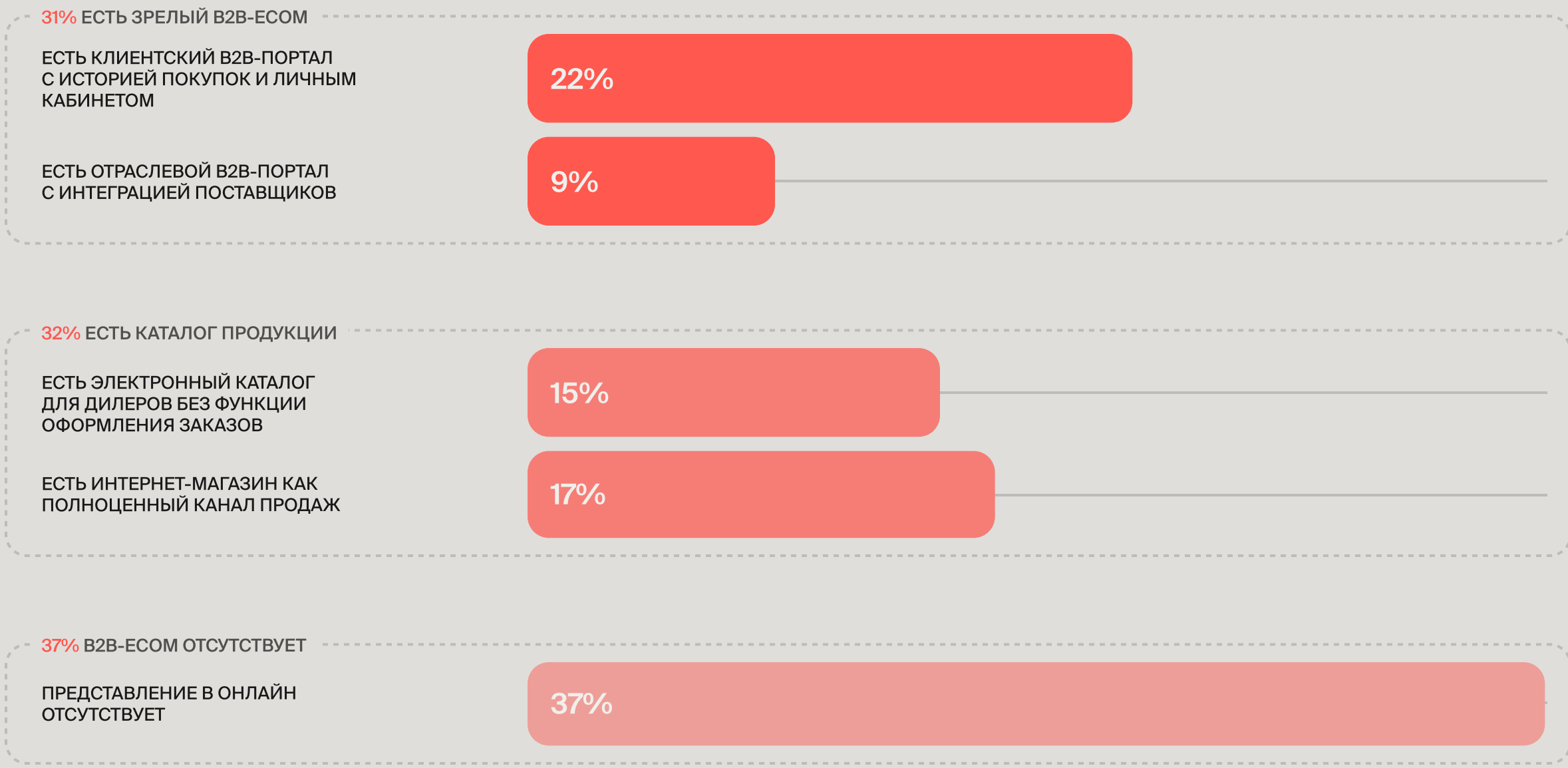
TADVISER

Введение: модель цифровой зрелости

По итогам исследования мы разделили все организации на 3 уровня цифровой зрелости

- > 1 уровень зрелости «Начинающие»
- > 2 уровень зрелости «Развивающиеся»
- > 3 уровень зрелости «Продвинутые»

На какой стадии цифровизации находится ваша компания?



*АВТОМАТИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ С B2B-КЛИЕНТАМИ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ, 2024 Г.

Четыре основные тенденции в сфере E-com:

1

Дистрибьюция и оптовая торговля цифровизируются быстрее

2

Потенциал развития электронной B2B-коммерции подвергается сомнению

3

Незрелость бизнес-процессов — основное препятствие на пути цифровизации

4

Потенциал функционала B2B-платформ использован не в полной мере



TADVISER

Тенденция 1: цифровизация быстрее развивается в отрасли оптовой торговли и дистрибьюции

Бизнес-контекст:

- Конкуренция производителей и дистрибьютеров
- Борьба за близость к Клиенту

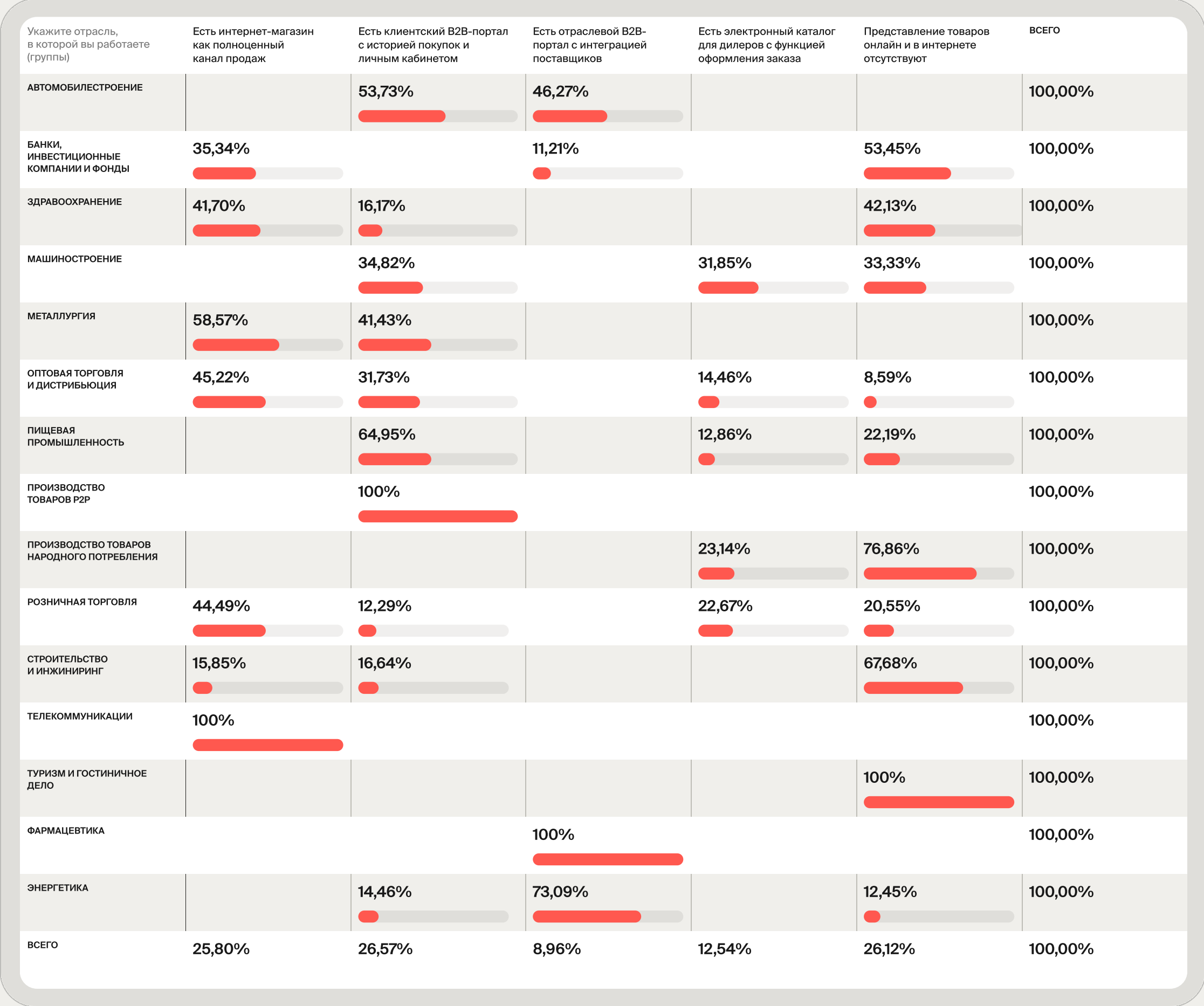
Технологический контекст:

Дистрибьюторы:

- оперативное согласование внедрений;
- быстрый старт с must-have инструментарием.

Производство:

- более долгий процесс планирования изменений;
- долгий цикл выстраивания взаимодействия между службами.



Тенденция 2: компании сомневаются в потенциале развития электронной B2B-коммерции

Бизнес-контекст:

- Излишняя консервативность и вера в уникальность
- Не учитываются жизненные циклы продукта

Технологический контекст:

Учитываемые риски:

- «высокие» первоначальные затраты;
- наличие нескольких учетных систем и, как следствие, сложности интеграции;
- заинтересованность функциональных заказчиков;
- отсутствие информации об эффектах подобных внедрений.

Насколько для вас приоритетно развитие собственного направления электронной коммерции с B2B-клиентами?

Не видим потенциала развития

39,66%

Думали о внедрении, но есть более приоритетные направления

22,41%

Собираемся внедрить цифровую коммерцию

22,41%

Затрудняюсь ответить

15,52%

Тенденция 3: незрелость текущих бизнес-процессов мешает цифровизации E-commerce

Бизнес-контекст:

- Проблема автоматизации хаоса
- Переход к 6 рычагам внедрения изменений

Технологический контекст:

- отсутствие «единого окна»;
- множество учетных систем;
- недостаток опыта и кадровой базы;
- отсутствие базы и истории ключевых показателей.

С какими рисками или препятствиями вы столкнулись в процессе внедрения автоматизации работы с B2B-клиентами?

НЕЗРЕЛОСТЬ ТЕКУЩИХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ

28,97%

СЛОЖНЫЙ И СПЕЦИФИЧНЫЙ ПРОДУКТ, ТРЕБУЕТ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПОДХОДА К КЛИЕНТАМ И СЛОЖНО РЕАЛИЗУЕМ

23,36%

ОТСУТСТВИЕ ИНТЕРЕСА У B2B-КЛИЕНТОВ В РАБОТЕ С ПОРТАЛОМ

14,95%

НЕ ВИДИМ ЗАПРОСА ОТ B2B-КЛИЕНТОВ НА ПОДОБНЫЙ СЕРВИС

13,08%

НА РЫНКЕ ОТСУТСТВУЕТ ПОДХОДЯЩЕЕ РЕШЕНИЕ И ИНТЕГРАТОР, СПОСОБНЫЙ РЕАЛИЗОВАТЬ НАШ ЗАПРОС ЗА РАЗУМНУЮ СТОИМОСТЬ

12,15%

Тенденция 4: компании не используют важные возможности функционала B2B-платформ

Бизнес-контекст:

- Расчет эффектов
- Контентные платформы и модель зрелости платформ

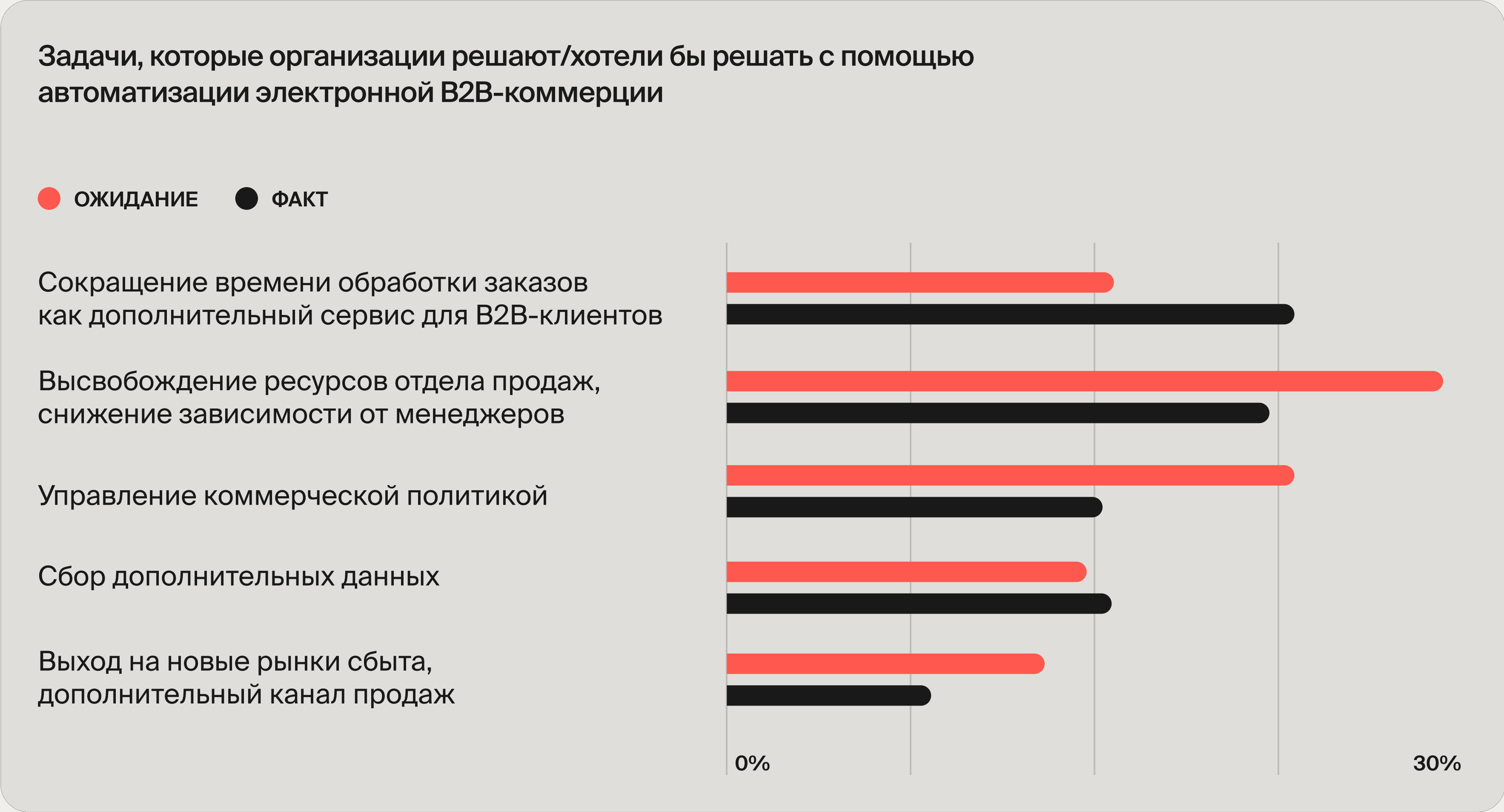
Технологический контекст:

- наследование политик учетных систем;
- отсутствие знаний о возможностях платформы;
- нет опыта использования метрик:
 - базовых в платформе;
 - собственных метрик.
- «кризис» идей в развитии B2B-портала.



Разрывы в ожидаемых и фактически полученных результатах цифровизации

Мы выяснили, какие ключевые ожидания были у респондентов при внедрении автоматизации электронной B2B-коммерции, и что они получили от E-com фактически. В результате мы выделили 5 ключевых разрывов на текущий момент и интерпретировали их.



Пять разрывов в ожиданиях и результатах цифровизации:

1

Сокращение времени обработки заказов стало ощутимым эффектом, которого компании не ожидали

Значимость OTIF, трансформация роли клиентского менеджера

2

Ожидание снизить уровень зависимости от менеджеров не оправдалось в полной мере

Систематизация процессов и технологий продаж, развитие материалов поддержки продаж (МПП), ADP, квалификация клиентов, тщательное планирование в части продуктов, территорий, клиентских сегментов, каналов

3

Компании возлагали большие надежды на e-commerce в части управления коммерческой политикой, но полученный эффект оказался ниже уровня ожиданий

Контроль соблюдения политик, SLA, маржи. Автоматизация выплат rebate

4

Автоматизация в части сбора дополнительных данных принесла эффект выше ожидаемого

Управление CX, PDCA

5

Внедрение e-commerce не принесло желаемого выхода на новые рынки сбыта

Управление жизненным циклом продукта

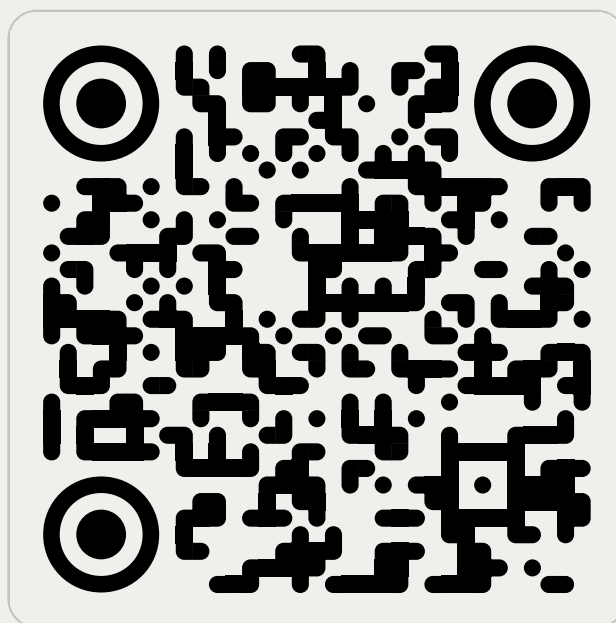


TADVISER

Контакты

Консалтинговое агентство Paper Planes

- › info@paper-planes.ru
- › +7 (495) 118-07-46
- › Илья Балахнин
+7 926 592-48-77
balahnin@paper-planes.ru



Telegram-канал
Ильи Балахнина

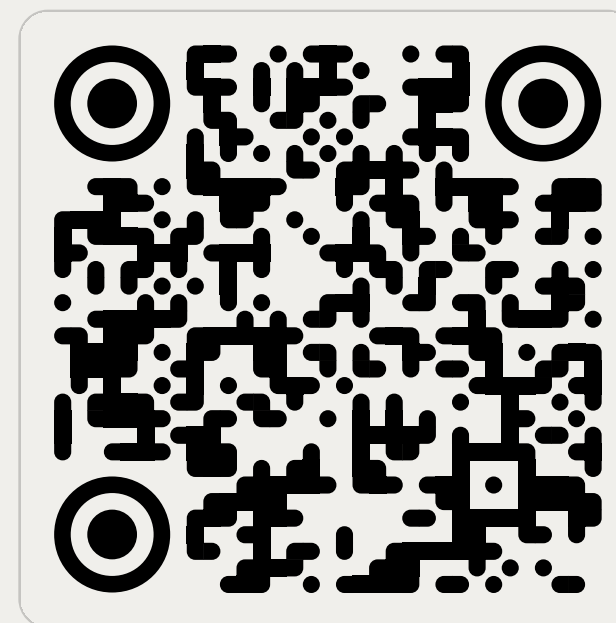


YouTube-канал, где мы публикуем кейсы
и полезные видео о маркетинге на основе данных

Веб-интегратор «Факт»

Будем рады сотрудничеству

- › sale@fact.digital
- › +7 (495) 134-25-25
- › www.fact.digital



База знаний «Факт» — весь опыт рынка для запуска
B2B E-commerce в одном месте



TADVISER