

WHITEPAPER

**mediagraphik**

e.commerce mit weitblick

# B2B e.commerce

So gelingt die digitale Transformation Ihrer Vertriebsprozesse

#Think  
digital

[www.mediagraphik.de](http://www.mediagraphik.de)

>> Laut einer Hochrechnung der IFH Köln macht das B2B-Segment **95%** des gesamten E-Commerce <<  
Marktvolumens in Deutschland aus

# 1. B2B-Kundenbeziehung effizient gestalten

## So gelingt Ihnen der Spagat zwischen Komfort und Innovation

Aktuellen Studienergebnissen zufolge wird ein Viertel der B2B-E-Commerce-Umsätze über Websites, Onlineshops und Marktplätze (ohne EDI) generiert, die mit rund 320 Milliarden Euro und einem stetigen Wachstum von rund 15 % jährlich seit 2012 beachtlich sind. Quelle: iBusiness

Umfragen zufolge gehören zu den relevantesten Zielen des B2B-Sektors, durch entsprechende Plattformen sowohl den **Kundenservice-Aufwand zu senken** als auch durch **effizientere Prozesse** einen schnelleren Zugriff auf Bestellabläufe, ohne manuelle Eingriffe, letztendlich einen **höheren Umsatz** je Vertriebsmitarbeiter zu erreichen.

### B2B im Spannungsfeld

Aktuell befinden sich B2B-Unternehmen im Spannungsfeld zwischen etablierten internen Prozessen und den möglichen Veränderungen durch neue Prozessstrukturen. Der B2B-E-Commerce-Markt ist weitaus komplexer als der Onlinehandel mit Endverbrauchern (B2C). Zwischen Geschäftskunden bestehen häufig längerfristige Geschäftsbeziehungen mit wiederkehrenden Käufen und damit z. B. auch individuellen Konditionen, Absprachen oder Vereinbarungen, die allesamt in die digitale Welt verschoben werden müssen, um die Prozesse effizient zu halten. Zudem besteht die Herausforderung, dass die B2B-Plattform Anreize bieten muss, damit aus Offline-Kunden Online-Kunden werden.

### B2C-Standards sind für B2B eine Grundvoraussetzung

Ihre B2B-Kunden besuchen Ihre Plattform, im Vergleich zu Privatkunden, meist regelmäßig. Aus diesem Grund ist eine enorm performante Infrastruktur und Software notwendig, welche zumindest gegenüber B2C meist nicht skalierbar sein muss, da der zeitgleiche Traffic eher geringer ist. Sie müssen ebenfalls im Vergleich zu B2C davon ausgehen, dass Sie mit einer Gruppe und nicht mit einer Einzelperson zu tun haben. B2B-Kunden erwarten einen Mehrwert, der über den reinen Preis hinausgeht.

### Über den Autor

Tim Resl ist Geschäftsführer und Berater bei der Mediagraphik GmbH. Er hat sich auf den B2B-Online-Handel spezialisiert und berät gemeinsam mit seinem Team aus UX-Designern, Entwicklern und Marketern Unternehmen bei der Einführung, Optimierung und Etablierung von B2B E-Commerce-Plattformen. Tim Resls Engagement gilt einer effizienten Prozessintegration, intelligenten Funktionen sowie performanten und benutzerfreundlichen Online-Shops.



**Tim Resl**  
Geschäftsführer

Auch im B2B müssen die Aufträge ohne manuelles Eingreifen über die Logistik zum Kunden gelangen. Diese Prozesse und Schnittstellen müssen sorgfältig konzipiert und entwickelt werden.

### Die B2B-Geschäftsvorfälle sind oft sehr komplex

Auch beim B2B-Kaufverhalten geht der Trend, ähnlich wie im B2C-Bereich, immer stärker Richtung „Selfservice“ und „Personalisierung“. Die B2B-Geschäftsvorfälle sind oft sehr komplex und je Kunde oder Auftrag teilweise unterschiedlich. Einerseits müssen individuelle Business-Logiken umgesetzt werden wie z.B.: Preisstaffeln, Freigabeprozessen oder Preisverhandlungstools. Zum anderen müssen die Systeme eine intensive Vernetzung erlauben - oft bis in die Middleware oder das ERP-System des Kunden. Diese Kundenbedürfnisse können Sie langfristig nur dann befriedigen, wenn Sie eine durchdachte Digitalstrategie in Ihre internen Prozesse integrieren und dabei Ihre Mitarbeiter mitnehmen, diesen Weg gemeinsam zu gehen.

Genau das ist seit Jahren die Spezialisierung von Mediagraphik. Wir analysieren Ihr aktuelles Vertriebsmodell, blicken tief in Ihre Datenstruktur und Prozessabläufe hinein, erarbeiten gemeinsam mit Ihnen eine individuell-zugeschnittene B2B E-Commerce Strategie und implementieren diese nachhaltig in Ihr Unternehmen.





#3

10%

## Corporate-Website, B2B-Shop

Hier sehen Kunden lediglich das Produktangebot sowie die dazugehörigen Präsentationen. Sie können 24/7 Bestellungen aufgeben und den Händler kontaktieren.

90%

## Spezielle B2B-Funktionen, Kundenportal & Personalisierung

Der Großteil der B2B E-Commerce Prozesse, Schnittstellen, Funktionen, Datenaufbereitungen und Verwaltungsmöglichkeiten liegt im geschützten Bereich, der jedoch nur für freigeschaltete Besucher zugänglich ist. Zudem sind die Funktionen, Berechtigungen oder Möglichkeiten je Kundengruppe oder gar je Kunde unterschiedlich. Die wahre Komplexität einer B2B E-Commerce Lösung ist demnach im Frontend bestenfalls teilweise sichtbar.

## 2. Digitale B2B-Integration in Ihre Vertriebsstrategie

# Chancen & Herausforderungen

Je nach Unternehmensgröße und Geschäftsmodell kann die Digitalisierung eines B2B-Geschäfts ziemlich komplex werden. Im Vorfeld müssen daher alle Anforderungen umfangreich betrachtet und analysiert werden. In der Regel bietet ein B2B-Online-Business jedoch weitaus mehr Chancen als Risiken.

### Der digitale Wandel ist eine große Herausforderung

Insgesamt gibt es laut aktuellen Studien ein enormes Potenzial im B2B-E-Commerce, welcher aktuell deutlich stärker wächst als der B2C-Markt.

Die Unternehmer stecken aber in Bezug auf Technologie und Umsetzung noch in den Kinderschuhen. Das liegt nicht selten daran, dass sich der Wandel zu digitalen B2B-Prozessen als bereichsübergreifende Herausforderung für ein Unternehmen und Ihre Mitarbeiter darstellt.

### Überarbeiten Sie Ihre Prozesse smart

Im Rahmen der Digitalisierung und der Realisierung eines Online-Shops haben Sie mit Ihrem Unternehmen die Chance, veraltete und ineffiziente Prozesse zu überdenken und effizientere zu etablieren. Mit einer Online-Strategie machen Sie außerdem einen entscheidenden Schritt hin zur **digitalen Transformation**. Sie erreichen mehr Automatisierung, können Prozesse vereinfachen, die **Kundenservice-Kosten senken**, komplexe Systeme intelligent online abbilden und sich durch die resultierende Entlastung auf Ihre Kernaufgaben konzentrieren. Durch die Digitalisierung Ihrer Systeme und Ihres Geschäftsmodells können Sie zudem alle internen und externen Kommunikationswege analysieren und anschließend optimieren. Ein weiterer großer Vorteil ist darüber hinaus, dass Sie **schneller** und **besser als Ihre Konkurrenz** agieren und reagieren können. Drücken Sie den Reset-Knopf und starten Sie mit B2B-E-Commerce.

### Herausforderungen systematisch angehen

Je mehr Sie aus einem solch gewaltigen Infrastrukturwandel herausholen wollen, desto vielfältiger gestalten sich natürlich die Herausforderungen. Zu Beginn jeder Überlegung sollte eine Bestandsaufnahme aller aktuell eingesetzten Systeme sowie die darin erfolgte Datenpflege vorgenommen werden.

### Datenqualität steigern

Häufig müssen B2B-Unternehmen in erster Linie ihre Datenqualität erhöhen und die Daten aus ERP-, PIM- oder CRM-Systemen „shoptauglich“ pflegen. Manche individuellen Kunden-Daten, wie z. B. Zahlungskonditionen aus den internen Systemen müssen für B2B-Kunden öffentlich zugänglich werden.

Zu den Herausforderungen gehören teilweise auch die Überarbeitung der Preisstrukturen sowie die Definition von Kundengruppen. Oftmals sind diese Daten historisch gewachsen und werden von allen Mitarbeitern unterschiedlich gepflegt. Eine einheitliche Datenbasis ist für den B2B-E-Commerce unerlässlich.

### Digitalisierung ist Chefsache – und Teamarbeit

Die Einführung von Standards und Prozessen werden vor allem bei einigen Mitarbeitern kritisch angesehen, bietet aber auch gleichzeitig erhebliche Chancen für die interne Effizienz. Aus diesem Grund sollten Sie Ihre Mitarbeiter direkt mit einbeziehen, sodass auch sie sofort die Möglichkeiten und nicht nur die Probleme sehen. Nach Fertigstellung der B2B-Plattform unterstützen wir Ihre Mitarbeiter in Bezug auf die tägliche Vorgehensweise sowie die Einführung bei Ihren Kunden. Die Verlagerung von Vertriebsprozessen in den digitalen Handel ermöglicht durch den standardisierten, automatisierten Ablauf eine Fehlerreduktion und eine damit verbundene Zeitersparnis, die letztendlich auch Ihren Kunden zugutekommt.



### 3. Die unterschiedlichen digitalen B2B-Geschäftsmodelle

## Welche Strategie passt in Ihr Unternehmen?



### B2B Online-Shop

Geschäftskunden, die online Ihre Ware kaufen möchten, erwarten im Grunde die gleichen Kundenservice-Angebote wie beim Kontakt mit dem Vertriebsmitarbeiter. Wir sprechen hier einerseits von typischen Shop-Funktionen, mit Ergänzung durch z. B. **kundenindividuelle Konditionen**, **Steuerung der Rechte und Rollen**, eine schnelle Kunden-Freischaltung nach Registrierung, die Möglichkeit einer **Schnellbestellung** oder einer übersichtlichen **Bestellhistorie**, bei der Ihr Kunde seine Rechnungsdokumente herunterladen oder nach Kommissionen filtern kann.

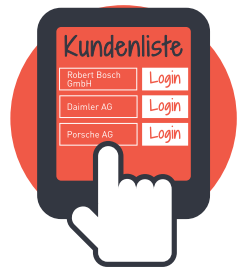
Zudem sind komplexe **Produkt-Konfiguratoren**, der Vertrieb auf weiteren Marktplätzen sowie **personalisierte Marketingaktionen** ein entscheidender Wettbewerbsvorteil von modernen B2B-Shops.



### B2B Plattform & Kundenportal

Möchten Sie mit Ihren Kunden auf einer Plattform zusammenarbeiten oder die Möglichkeit eines „**Selfservice**“ bieten? Dann sollten Sie aus Ihrem B2B-Shop eine Plattform erstellen, auf der Ihre Kunden z. B. in einem übersichtlichen **Dashboard** alle Kennzahlen, gebuchten Leistungen und vieles mehr einsehen können. **Viefältige** und sinnvolle **Funktionen** je nach Kundenstatus (Abo, Stammkunde, VIP ...) ermöglichen es Ihnen, dass Ihre Kunden ständig in Ihrem Umfeld unterwegs sind. Durch die Anbindung von weiteren Datensätzen oder externen Systemen können Sie nützliche Daten in Ihr System integrieren.

Durch den Aufbau eines **Seminar- und Webinar-Angebots** erleichtern Sie Ihren Anwendern die Möglichkeit der selbständigen Weiterbildung.



## Vertriebsmitarbeiter-Integration

Unsere **Vertriebsmitarbeiter-Lösung** ermöglicht es, Ihrem Innen- und Außendienst wertvolle **Zeit** zu **sparen**, indem Sie auf alle notwendigen Daten und Informationen **online zugreifen** und direkt Funktionen im Auftrag Ihrer Kunden vor Ort ausführen können. Typischerweise hat der Vertriebsmitarbeiter einen eigenen Login, mit dem er sich anschließend **im Namen seiner zugewiesenen Kunden einloggen** kann.

Der Mitarbeiter kann Angebote anlegen, welche der Endkunde als PDF und Mail mit nur einem Klick als Shop-Bestellung auslösen kann. **Personalisierte Warenkörbe** mit **individuellen Positionen** oder **vor Ort verhandelte Preise** gehören ebenfalls in eine Vertriebsmitarbeiter-Lösung. Durch die Sammlung und Integration verschiedenster Daten ist es möglich, zur **Vorbereitung auf Termine** eine detaillierte Kundenanalyse einzusehen, die stets aktuell ist. Ebenfalls hat der Mitarbeiter die Möglichkeit, **individuell erstellte Workflows** anzustoßen, um wiederkehrende Aufgaben effizient abzarbeiten.



## Marktplatz-Lösung

Marktplätze wie Amazon und Co. sind Platzhirsche im Online-Handel. Im Nischen- und B2B-Bereich entspricht Amazon aber noch lange nicht den aktuellen Kundenerwartungen. Bieten Sie Ihren Händlern oder Geschäftspartnern die Möglichkeit, gemeinsam Ware zu vertreiben. Durch eine **intelligente Schnittstelle** für Ihre Lieferanten können diese die Produkte anbieten und Bestellungen herunterladen.

Treffen Sie **strategische Entscheidungen**. Beispielsweise, ob mehrere Kaufabschlüsse je Bestellung direkt mit dem Händler abgeschlossen werden sollen oder wie die Bezahlung der Ware und die Gutschrift beim Händler vollautomatisiert ablaufen. Achten Sie darauf, dass womöglich unterschiedliche Bedingungen (Versandkosten und Lieferzeit) je Händler notwendig sind und, dass Ihre Händler in einer **übersichtlichen Administration** mit Statistiken all Ihre Daten einsehen und bearbeiten können.



## 4.1 B2B Online-Shopping

# Key Features



### Kundenindividuelle Preise oder komplexe Preisstrukturen

Jeder Kunde hat meist eigens verhandelte Preise. Diese Vereinbarungen erwartet der Kunde auch im B2B-Shop.



### Funktionen erst nach Login

Verschiedene Funktionen wie z. B. die Preisdarstellung, die Kaufmöglichkeit oder der Lagerbestand sollten nur nach Login sichtbar sein.



### Freischaltung von Bestands- oder Neukunden

Bei B2B-Registrierungen erwartet der Kunde eine nahtlose und zügige Freigabe-Möglichkeit.



### Mitarbeiter-Logins

Legen Sie Ihre Mitarbeiter als Subaccounts an. Ausgestattet mit individuellen Rechten wie Budgets, Sortimente etc. können Mitarbeiter nur eingeschränkt Funktionen nutzen.



### Bestelllisten und Schnellbestellung

B2B-Kunden sind oftmals mit den Artikelnummern vertraut, aus diesem Grund müssen Sie Ihren Kunden eine Schnellbestellung ermöglichen.



### Angebotsverwaltung

Übertragen Sie Ihre Angebote aus dem ERP und lassen Sie diese durch den Selfservice direkt online beauftragen



### Präzise Steuerung von Rechten, Budgetierungen und Freigabeprozessen



### Individuelle Zahlungsziele und Zahlungskonditionen



### Persönliche Marketingaktionen



### Weitere Features aus der Praxis:

- Rechnungsarchiv, Wiederholt bestellen
- Kostenstellen-Abbildung, Kommission
- Eigene Artikelnummern-Integration
- Datenblätter-Integration
- Produktbewertungen: Gruppierung mehrerer identischer Artikel
- Warenkorb als Link versenden
- Zubehör-Gruppen für viele verschiedene Zubehör-Teile
- Rasend-Schnelle Suche z.B.: mit Algolia oder Elasticsearch
- Login mit Kundennummer
- Brutto-Netto Preiswechsler
- Individuelle E-Mail Adresse für Rechnungen.
- Varianten als Liste mit übersichtlicher Preis und Verfügbarkeit
- Komplexe Konfiguratoren
- OCI Schnittstelle
- Adressbuch und Zuteilung von hinterlegten Rechnung- und Lieferadressen je Kontakt
- Marketingmöglichkeiten wie z.B. Gewinnspiel-Verlosung bei Online-Käufen
- Staffelpreise
- Sperrgut, Speditionen, Anvisierung





## 4.2 B2B-Plattform & Kundenportal

### Key Features

#### ✓ Dashboard

Alle Kennzahlen, Leistungen etc. auf einen Blick – übersichtlich und schnell einsehbar.

#### ✓ Unterschiedliche Inhalte und Funktionen

Je nachdem, ob ein Kunde eingeloggt, bereits bestellt oder Abonnement ist, stehen unterschiedlichste Dokumente oder Funktionen zur Verfügung.

#### ✓ Anbindung weiterer Datensätze über externe Plattformen

Verteilen Sie Leads an Ihre Kunden? Dann sollten sie diese auch online einsehen und dokumentieren, um ein Gesamtbild Ihres Kunden zu erhalten.

#### ✓ Dokumentenmanagement-System

Datenbankgeschützte Verwaltung von elektronischen Dokumenten.

#### ✓ Seminare & Webinare online buchen

Lassen Sie Ihre Kunden direkt online ihre Weiterbildung buchen.

#### ✓ Workflow-Management für Innendienst

Informationstechnische Unterstützung oder Automatisierung von Geschäftsprozessen.

#### + Weitere Features aus der Praxis:

- Kundenindividuelle Produkte oder individuelles Sortiment
- VIP-Shopping / Club-Shopping. Aufstieg in nächste Preisliste bei Erreichen des Umsatzes
- Selbstverwaltungs-Möglichkeit für Kunden
- Datenblätter Integration
- FAQ oder Informationsblätter im System einsehbar
- Support/Ticketsystem
- Persönliche Ansprechpartner
- Marketing-Material



## 4.3 Vertriebsmitarbeiter-Integration

# Key Features

### ✓ Vertriebsmitarbeiter-Login, Supervisor

Durch einen intelligenten Login können Vertriebsmitarbeiter im Innen- oder Außendienst eine Liste aller Kunden mit allen relevanten Kundeninformationen wie Umsätze, Kundengruppe etc. einsehen und sich mit nur einem Klick im Namen dieser Kunden einloggen.

### ✓ Individuelle Preisänderung im Warenkorb

Unterschiedliche, individuelle Rabattierung von einzelnen Artikeln im Rahmen eines Warenkorbes durch den Vertriebsmitarbeiter.

### ✓ Angebotsübersicht

Vertriebsmitarbeiter können Warenkörbe individuell befüllen und entsprechendes Angebot direkt per PDF und E-Mail an den Kunden versendet - mit individuellem Link und Ablaufdatum. Durch nur einen Klick kann der Endkunde dies in eine Bestellung umwandeln.

### ✓ Individuelle Positionen im Warenkorb

Zubuchung von Test- oder Sonderartikeln, oder auch Werbebroschüren zur Bestellung, direkt vor Ort durch den Vertriebsmitarbeiter.

### ✓ Kundenspezifische Auswertungen für Innen- & Außendienst

Individuell generierte Verkaufskennzahlen und Umsatzdarstellungen pro Kunde/Vertriebsmitarbeiter.

### ✓ Individuelle Ansprechpartner

Online-Zuweisungsmöglichkeit der Vertriebsmitarbeiter zu den entsprechenden Kunden. Individuelle Kontaktinformationen des Mitarbeiters können somit jederzeit vom Kunden eingesehen werden.

### + Weitere Features aus der Praxis:

- Einsicht Umsatz/Ertrags-Statistiken oder individuell verhandelte Preise
- Gesprächsprotokolle
- Reportfunktion (z.B. Umsatz) pro Vertriebsmitarbeiter
- Unterschiedliche Rechte je Vertriebsmitarbeiter



## 4.4 Marktplatz Lösungen

### Key Features



#### User Interface für Händler

Ihre Händler müssen sich mit einem Händler-Login auf dem Marktplatz anmelden und alle notwendigen Informationen wie Produkte, Abverkäufe und Statistiken einsehen können.



#### Produkte anlegen

Sowie Verfügbarkeit und Preis hinterlegen. Geben Sie die Möglichkeit, über eine standardisierte Schnittstelle oder durch einen Importer die Produkte automatisiert zu importieren und zu verarbeiten.



#### Checkout verschiedener Händler

Händler haben oftmals unterschiedliche Bedingungen. Aus diesem Grund müssen Sie im Checkout auch mehrere Kaufverträge schließen, mehrere AGB akzeptieren oder eine Splittung des Warenkorbs aufgrund der verschiedenen Lieferzeiten anzeigen.



#### Eigenen Shop für Kunden zur Verfügung stellen

Geben Sie Ihren Händlern die Möglichkeit, einen eigenen Online-Shop auf Basis seiner hinterlegten Produktdaten zu erstellen, welcher im CI des Händlers gestaltet und auf seine individuelle Domain geroutet ist.



#### Preisauflschlag und Marketingaktionen

Integrieren Sie eine umfangreiche Marketing-Engine, um möglichst viele unterschiedliche Aktionen fahren zu können, z. B. durch individuelle Werbeflächen pro Händler



#### Searchengine und Sortierung

Durch die Menge der Produkte ist eine händische Sortierung nicht möglich. Integrieren Sie eine Searchengine, welche die passenden Produkte in der korrekten Reihenfolge darstellt.

## Voice Commerce

Schon jetzt erfolgreich: Sprachassistenten!  
Einkaufen per Sprachbefehl mit Siri, Alexa  
& Co.



## Click Commerce

Einkaufen mit nur einem Klick via  
„Dashbutton“



## IoT Commerce

Mehr als die Hälfte aller Unternehmen geht  
davon aus, dass Produkte künftig mittels  
Internet of Things nachbestellt werden.



## Mobile Commerce

Ob mit Smartphone, Tablet oder Wearables:  
Das ortsunabhängige Einkaufen ist heute  
das beliebteste Einkaufsmedium.

#Think  
B2B

# 5. Kaufgewohnheiten der Zukunft

## Ein Blick in die Glaskugel

Die letztjährige Forschungsumfrage von ibi research an der Uni Regensburg brachte interessante Erkenntnisse im Hinblick auf die zukünftigen Kaufgewohnheiten im B2B-Bereich hervor. So wird mehr als **die Hälfte des B2B-Handels bereits bis 2025 online stattfinden, die klassischen Vertriebskanäle** werden langfristig in den digitalen Sektor transponiert werden, um den neuen Herausforderungen und der Geschwindigkeit gerecht zu werden.

Darüber hinaus sehen sich fast 40 Prozent des deutschen Mittelstandes mit der Tatsache konfrontiert, dass in den nächsten 5-10 Jahren ein Generationswechsel, altersbedingt, in den Unternehmen stattfinden wird. Mit der neuen digitalen Generation sind Erwartungen verbunden, die vorwiegend in der Digitalisierung des Unternehmens zu finden sind. **Die Zeichen stehen somit auf Veränderung.**

### Nutzen Sie Ihr Potential

Ein Generationswechsel findet nicht nur in der Führungsebene statt, sondern immer mehr Millennials fassen Fuß in der freien Wirtschaft und erwarten in der täglichen Arbeit, sowohl auf Käufer- als auch Verkäuferseite, gewohnte Vorzüge wie Effizienz beim Einkauf von Produkten und einen umfangreichen Informationsfluss. Sie bringen allerdings auch Ideen und Verbesserungsvorschläge mit, die Sie nutzen können, um Ihr Unternehmen mit einer ganzheitlichen Digitalstrategie auszustatten. Ihr Unternehmen, die Zielgruppe und die neuen Kaufgewohnheiten Ihrer Kunden stehen hierbei im Mittelpunkt. Ihr Knowhow und Ihre Individualität sind gefragt, um Ihre bestehenden Geschäftsprozesse optimal zu transformieren, Ihre Kunden abzuholen und einen Platz im Online-B2B-Handel zu sichern.

### Automatisierung digitaler Einkaufsprozesse

Überflüssige Routine-Aufgaben langweilen talentierte Mitarbeiter. Aus diesem und vielen anderen Gründen müssen Sie den manuellen Beschaffungsprozess stark verkürzen und Ihre Mitarbeiter und Kunden auf die digitale Reise von Anfang an mitnehmen. Durch schlanke Prozesse und attraktive Aufgaben gelingt Ihnen schließlich die erfolgreiche Weiterentwicklung Ihres Unternehmens. Oftmals ist es jedoch dafür notwendig zu erstmal einen Schritt zurück zu gehen um danach wiederum zwei Schritte nach vorne zu machen, denn die Digitalisierung erfordert eine konstruktive Konfrontation mit den aktuellen Gegebenheiten.

### Digitalisieren Sie Ihre Prozesse jetzt

Scheuen Sie nicht die Herausforderung und den Arbeitsaufwand, die mit dem Einstieg in den digitalen B2B-Wachstumsmarkt zusammenhängen. Sehen Sie stattdessen die Chance, den Schritt in die richtige Richtung zu gehen, denn nach meiner Erfahrung müssen erfolgreiche Unternehmen der Zukunft extrem effizient sein, um einen Mehrwert gegenüber dem Wettbewerb zu haben. Dann gelingt auch die digitale Transformation Ihres Unternehmens.



**Tim Resl**  
Geschäftsführer



Marketing



## 6. Über uns

# Mediagraphik GmbH

### E-Commerce Lösungen, Webanwendungen, Schnittstellen und Online-Marketing.

Als Digitalagentur mit Fokus auf den Online-Handel beraten und betreuen wir seit 2010 erfolgreich und mit großer Leidenschaft national und international aufgestellte Unternehmen, die ihr Online-Business erweitern, vergrößern oder neu ausrichten möchten.

Von der Strategieberatung über die individuelle Entwicklung bis hin zur weiterführenden Betreuung: Wir hören zu, verstehen und setzen Ihre Anforderungen maßgeschneidert, persönlich und auf dem aktuellsten Stand der Technik für Ihre Zielgruppe um. Unseren Schwerpunkt bilden dabei anspruchsvolle Projekte im B2B-Bereich.

Die Mediagraphik GmbH steht für innovative und zielführende Online-Projekte mit den Leistungsschwerpunkten: Consulting und Strategie, Usability und Design, Individualentwicklung und Online-Marketing.

Wir begleiten Ihr Unternehmen auf dem Weg zum digitalen Erfolg und verbinden dabei Technik, Erfahrung und Kreativität in intelligent und digital vernetzte Lösungen.

**Ihr Team der Mediagraphik GmbH**

#### Kunden die auf uns zählen:

sumcab  
ROBOTICS

emka®

paulimot 

AWG Mode Center

W+R®  
Pioneering glove technology

  
DMG  
Aktiengesellschaft

DAS DACH



STARK WIE EIN STIER!

**mediagraphik**

e.commerce mit weitblick



Ulmer Str. 40  
73728 Esslingen am Neckar

**Telefon:**  
0711 - 656 837 - 10

info @ mediagraphik.de  
www.mediagraphik.de

