**100 % digital: Geschäftsprozesse optimieren durch B2B-Portale**

**Schneller, leichter, fehlerfrei – digitale Portale von Iwofurn für Marktpräsenz, Kundenbindung und Kostensenkung**

**B2B-Kunden- und Lieferantenportale des IT-Entwicklungspartners Iwofurn Service GmbH, über die online selbst beratungsintensive Produkte sicher, schnell und unkompliziert kommuniziert sowie vertrieben werden können, sind ein zentrales Tool bei der Optimierung betrieblicher Abläufe und wichtiger unternehmerischer Kennziffern. Denn B2B-Portale unterstützen die unterschiedlichen Welten eines Unternehmens: den Vertrieb in der Kundengewinnung und Kundenbindung, die IT in der Digitalisierung der Abläufe, die Geschäftsleitung in der schnellen Reaktion auf Anforderungen und Wünsche der Kunden. Diese Aufzählung ließe sich fortführen.**

B2B-Portale werden von Verbundgruppen bzw. Einkaufsverbänden, dem Handel und der Industrie genutzt. Die vernetzte Zurverfügungstellung und Kommunikation elektronischer Bestell- und Produkt-Daten für definierte Kunden und Hersteller über eine digitale Plattform bildet die Grundlage für diese zukunftssichere Form der Geschäftsabwicklung.

Iwofurn entwickelt und betreibt B2B-Portale beispielsweise für Baby Plus, „Brands4friends“, Habufa, Henders & Hazel, Home24, Moll, Windeln.de oder die Möbelhaus-Kette Roller. In anderen Branchen, wie z.B. bei der Autohaus-Kooperation Techno, stellt das Iwofurn-Partnerunternehmen Integrated Worlds solche Portale bereit.

**Kundenportale: Zeit, Geld und Nerven sparen**

Bei Iwofurn-Kundenportalen stellen Anbieter ausgewählten bzw. am Portal teilnehmenden Kundengruppen eine Vielzahl von Produktinformationen sowie die jeweils aktuellen Aktionen zur Verfügung. Ebenso werden Daten zu Lieferzeiten, Wiederbeschaffungszeiten, Cross Selling-Informationen und sogar Bilder oder Videos kommuniziert.

Die eingebundenen Händler erfassen über das Portal ihre Bestellaufträge. Diese werden in EDI-Bestellungen umgewandelt und automatisiert in die Zyklen der Bestellabwicklung der Industrie elektronisch eingepflegt. Gerade variantenreiche Produkte profitieren von der Vereinfachung und der hohen Sicherheit der Bestellabwicklung. Egal jedoch, ob über Konfiguratoren oder ausgeklügelte Such- bzw. Filteroptionen die Bestellung ausgelöst wird: In jedem Fall sparen Kunden eine Menge Zeit und Rückfragen.

**Einfach und spielerisch: ideal für langfristige Kundenbindungen**

Die Herstellerseite wiederum profitiert, indem sie ihre Kunden über B2B-Portale in die eigene Digitalisierungsstrategie einbindet. Die Vorteile von B2B-Kundenportalen von Iwofurn in Schlagworten: Zeitersparnis und permanente Präsenz, aktive Verkaufsförderung, verbesserte Kundenbindung und -betreuung, vielseitig, schnell, sicher, unkompliziert und einfach im Betrieb, Entfall von Rückfragen, Qualitätsgewinn und Kostensenkung.

Die eingangs genannte Referenz „Moll“ erhält zum Beispiel über das Iwofurn-Portal Bestellungen ihrer Nord- und osteuropäischen Kunden komplett per EDI, „Baby Plus“ aktualisiert via Kundenportal im Stundentakt alle Informationen zu Produkten und Preisen, zu Bestand und Verfügbarkeit.

**Lieferantenportale: attraktive Alternative zum integrierten EDI**

Auf der anderen Seite betreiben mehr und mehr Handelsunternehmen B2B-Lieferantenportale. Hersteller erhalten darüber – alternativ zur integrierten Kommunikation mit EDI – ihre Bestellungen elektronisch und quittieren diese ebenso online, ein Händler bekommt somit eine garantiert fehlerfreie EDI-Auftragsbestätigung.

Iwofurn-Lieferantenportale gestatten zudem die permanente Erweiterung um Artikeldaten, Lieferzeiten und Bestände, Lieferavise und elektronische Rechnungen, die Bereitstellung von Versandlabels, Endkundenrechnungen oder, falls unvermeidbar, von Retourenscheinen. So wird die Digitalisierung der kompletten Liefer- bzw. Prozesskette ermöglicht; auch Onboarding, Drop-Shipping und Crossdocking sind problemfrei realisierbar.

Besonders interessant ist die alternative Möglichkeit, dass Hersteller ohne eigenständiges IT-Projekt über Iwofurn-Portale schnell online in digitale Geschäftsprozesse eingebunden werden und erst später sukzessive zum integrierten elektronischen Datenaustausch (EDI) übergehen können. Durch eine solche abgestufte Mehrfachnutzung amortisieren sich die Kosten der Datenbereitstellung schneller, alle Kunden werden erreicht!