



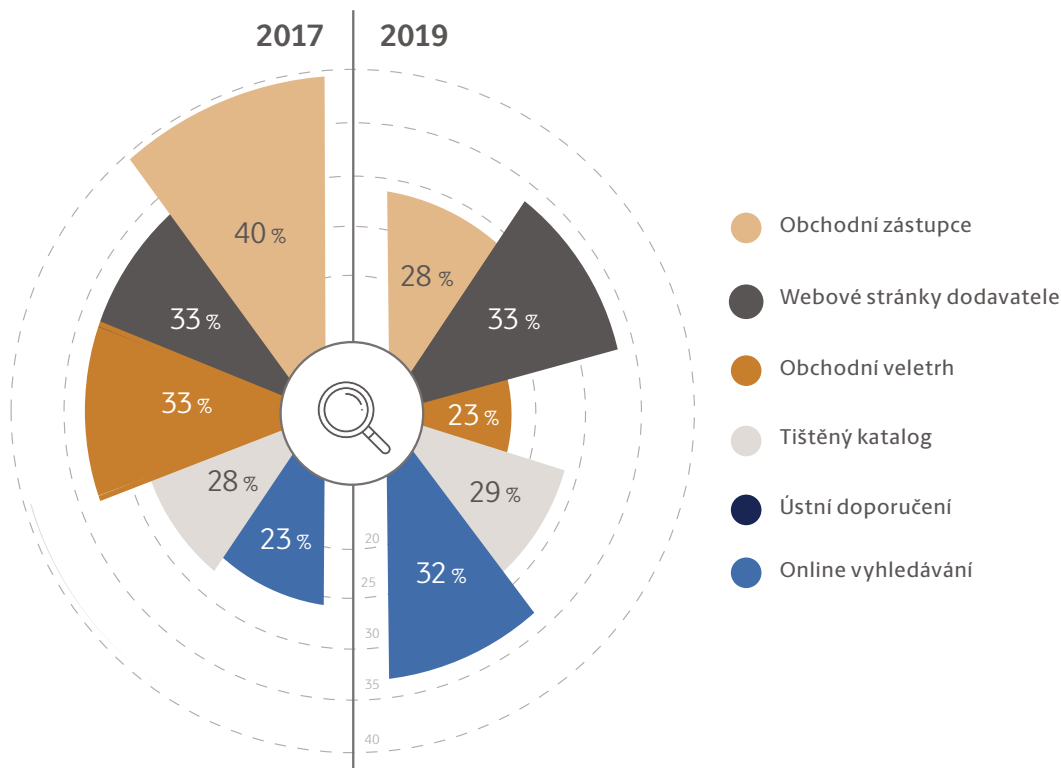
Studie dynamiky průmyslových nákupů společnosti UPS 2019

Jelikož se digitální svět stal v našem každodenním životě všudypřítomným, neustále mění návyky a očekávání zákazníků B2B. Studie dynamiky průmyslových nákupů společnosti UPS mapuje trendy, které mění zprostředkování v evropských průmyslových výrobních závodech – informace získáváme od profesionálů pracujících v zásobování z Francie, Německa, Itálie a Spojeného království a porovnáváme je s těmi získanými v USA a Číně.

Elektronické obchodování a jeho vliv na cestě k nákupu

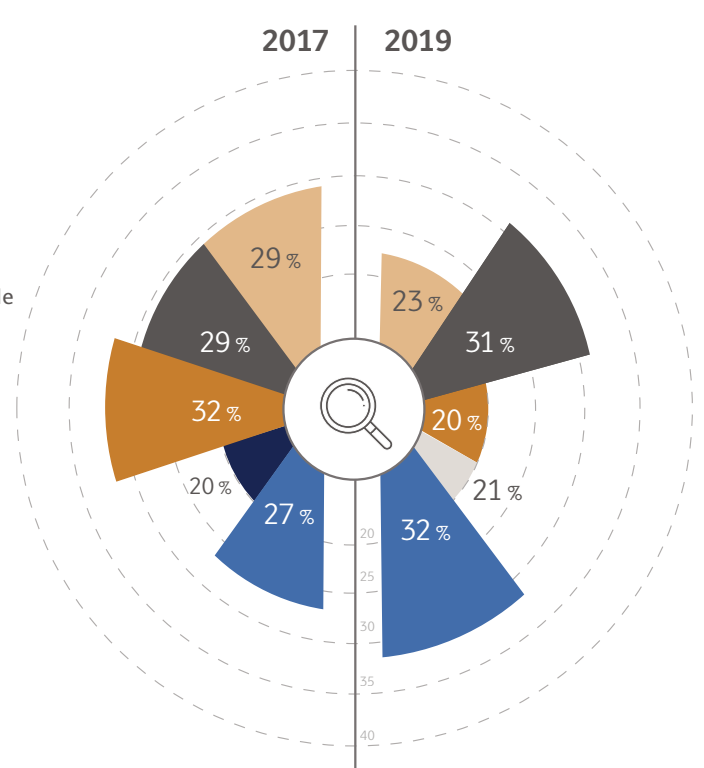
Nejlepší metody k průzkumu nových produktů

(% účastníků, kteří danou metodu vybrali v rámci 3 nejvyšších umístění)



Nejlepší metody k průzkumu nových dodavatelů

(% účastníků, kteří danou metodu vybrali v rámci 3 nejvyšších umístění)



75 %
PRŮMYSLOVÝCH
ODBĚRATELŮ
NAKUPUJE ONLINE



73 %
NAKUPUJE PRO-
STŘEDNICTVÍM
WEBOVÝCH
STRÁNEK

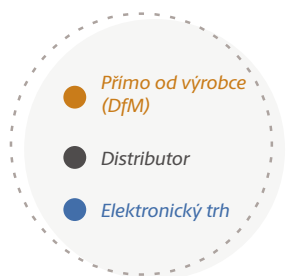


45 %
NAKUPUJE PRO-
STŘEDNICTVÍM
MOBILNÍCH
APLIKACÍ

Digitální forma překonala lidskou interakci coby hlavní způsob objevování nových produktů a nakupování – návyky zákazníků B2C se začínají projevovat ve sféře zákazníků B2B.

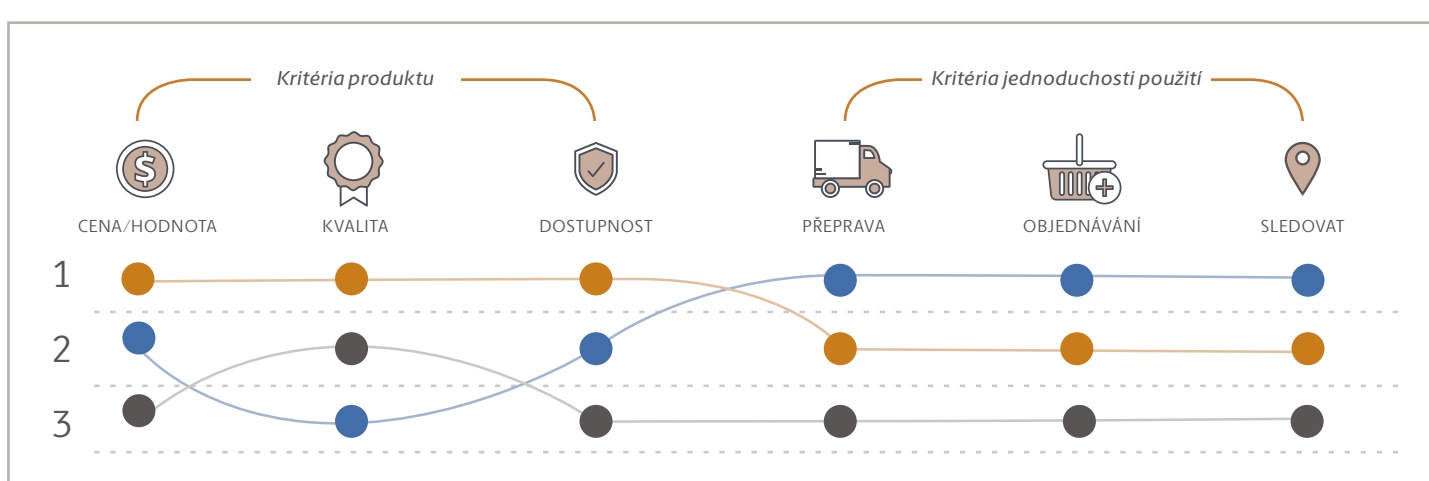
Proměna prodejních kanálů

Podíl na trhu v přepočtu na prodejní kanál



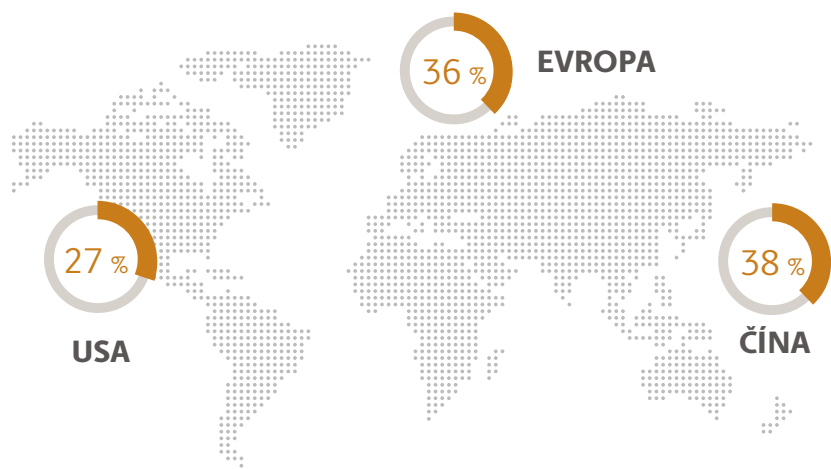
Stále platí, že kontrola výrobců nad faktory produktů udržuje kanál DfM coby ten nejoblíbenější, nicméně faktory „jednoduchosti použití“ mohou pomoci dodavatelům, kteří je dokáží ovládat, získat podíl na trhu.

Jak si prodejní kanály vedou v poměru ke kritériím výběru

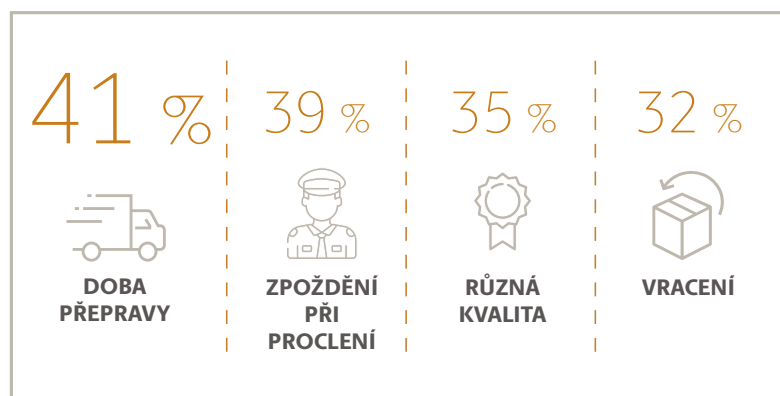


Jak zachytit globální příležitosti k růstu

Mezinárodní získávání zdrojů u průmyslových odběratelů



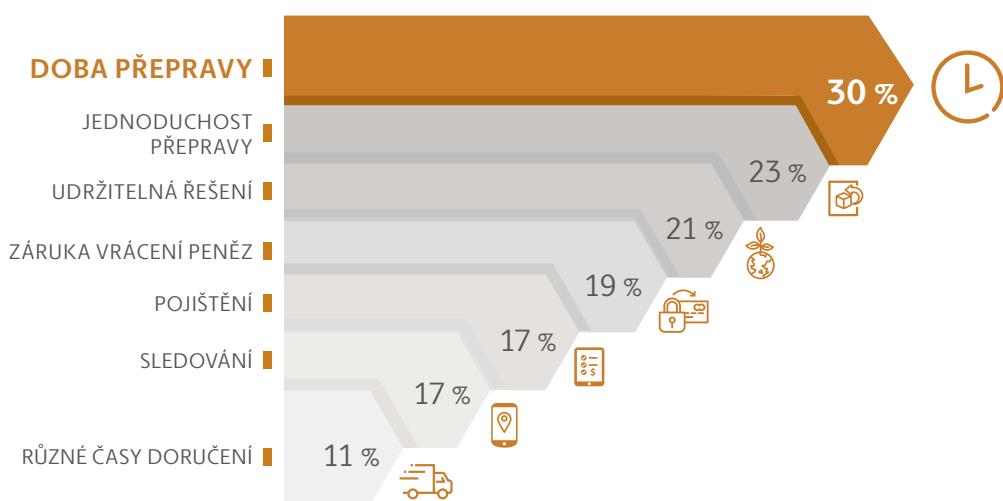
Výzvy týkající se mezinárodního získávání zdrojů



Elektronické obchodování využívá přeshraniční získávání zdrojů, ale překážku mohou představovat logistické výzvy

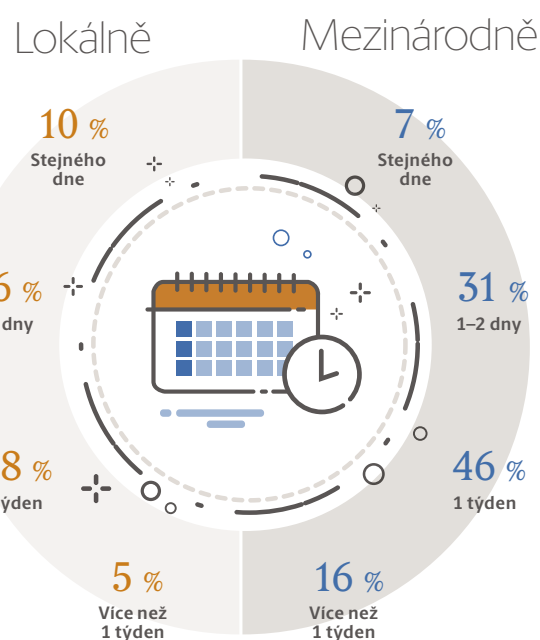
Jak splnit logistické požadavky

Převážní faktory ovlivňují výběr dodavatele



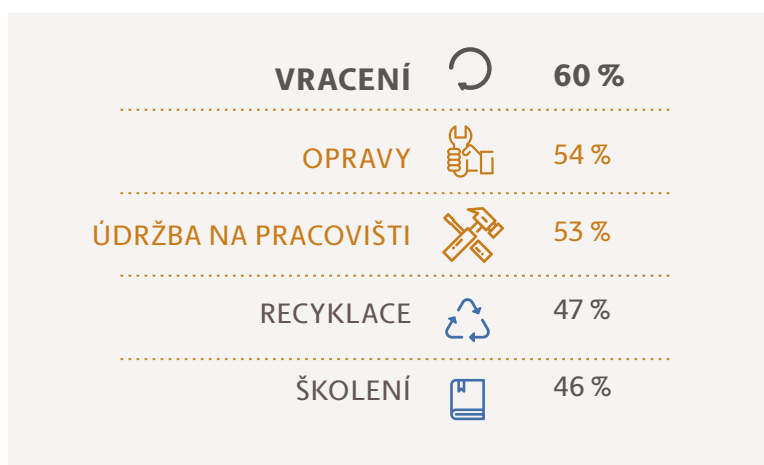
Jednoduchost přepravy představuje jedno z rostoucích očekávání zákazníků B2B, klíčový ale je výběr časů přepravy

Očekávání týkající se rychlosti přepravy

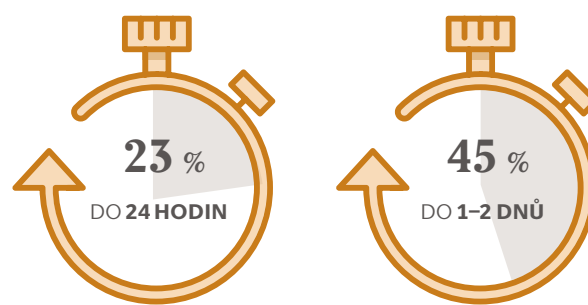


Odlišení sféry po nákupu

Nejdůležitější poprodejní služby



Zákaznickovo očekávání týkající se doby odezvy podpory na pracovišti

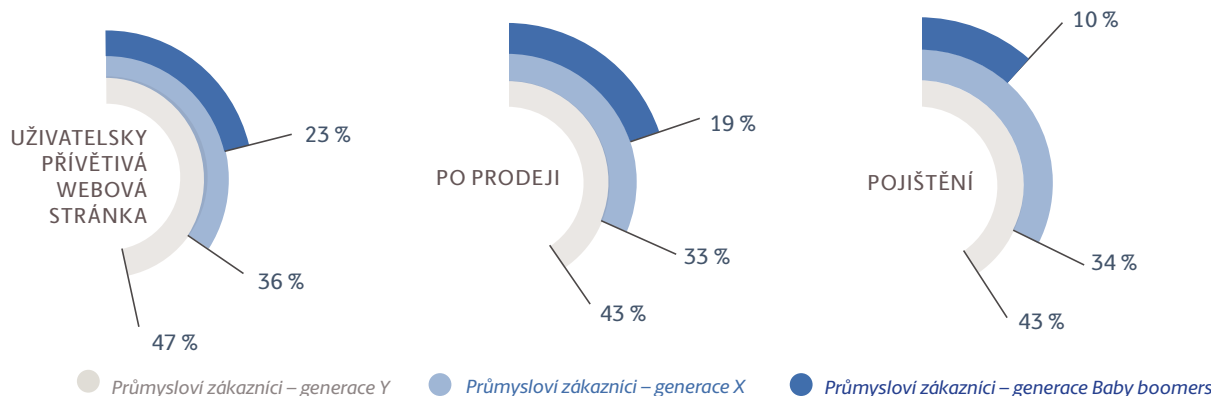


Průmysloví dodavatelé mohou svoji strategii odlišení postavit na poprodejních službách, které vykazují rychlost a jsou praktické.

Jak získat podíl na trhu

Faktory, které s velkou nebo extrémně velkou pravděpodobností přesvědčí zákazníky, aby změnil dodavatele

U nové generace zákazníků je pravděpodobnější, že provede změnu, což představuje příležitost pro dodavatele, kteří se mohou odlišit v různých fázích cesty zákazníka.



Kompletní studii si stáhněte na webové stránce <http://solutions.ups.com/cz-ibd>