

B2B skalering

# Er din B2B- forretning klar til e-commerce?

Tag maturity testen, få svaret – og en konkret plan for, hvordan I kan skabe en e-commerce-forretning, der kan vokse uden at miste overblik, momentum eller indtjening undervejs.

# B2B e-commerce er ikke længere et sideprojekt

B2B e-commerce er ikke længere et sideprojekt. Det er blevet en central del af, hvordan moderne B2B-virksomheder driver salg, service og vækst.

Kunder forventer i dag samme tilgængelighed og fleksibilitet, som de kender fra B2C - men med den kompleksitet, der kendetegner B2B. De vil kunne logge ind, se deres egne priser, genbestille hurtigt og få overblik over tidligere køb. Og de forventer, at det fungerer hver gang.

Samtidig er presset internt stigende. Salgstteams skal håndtere flere kunder med færre ressourcer, og manuelle processer bliver hurtigt en flaskehals. Mange virksomheder er allerede langt - men er det langt nok? Det er nemlig ikke det samme som at have en skalerbar e-commerce platform, der understøtter forretningen.

## Vi hjælper dig med at afklare:

- ✓ Hvor moden jeres nuværende løsning er
- ✓ Hvor jeres største potentialer ligger
- ✓ Hvad næste skridt bør være for at skabe reel vækst



“  
En webshop er ikke et it-projekt.  
Det er en digitalisering af hele  
forretningen.”

# B2B e-commerce maturity test

Hvor moden er jeres setup i dag? 10 spørgsmål, 3 niveauer - og et ærligt billede af, hvor I står stærkt, og hvor I halter.

# Hvor står I i dag?

Før I kan tage næste skridt, er det afgørende at forstå jeres nuværende niveau.

Her finder I en række spørgsmål, der giver et hurtigt billede af, hvor moden jeres e-commerce setup er.

Gå punkterne igennem og giv jer selv en score:

## Pointgivning

1 point

Ja - Fuldt implementeret

½ point

Delvist - I gang, men ikke i mål

0 point

Nej - Ikke i gang endnu

Det handler ikke om at være perfekt, men om at få et realistisk billede af, hvor jeres setup halter - og hvor I allerede står stærkt.

Ja Delvist Nej

## 01 Priser & kundeoplevelse

Har I kundespecifikke priser online - uden manuel håndtering?

Kan kunder logge ind og se egne produkter og vilkår?

## 02 Køb & genbestilling

Kan kunder nemt genbestille tidligere ordrer med få klik?

Har kunder adgang til ordrehistorik og overblik?

## 03 Data & integrationer

Er jeres webshop integreret med ERP (ordrer, priser, lager)?

Er jeres data opdateret og konsistent på tværs af systemer?

## 04 Marketing & opfølgning

Arbejder I aktivt med marketing automation (flows, segmenter, e-mails)?

Følger I systematisk op på leads og kunder?

## 05 Selvbetjening & effektivitet

Kan kunder klare de fleste opgaver selv uden at kontakte jer?

Har I reduceret manuelle processer i salg og kundeservice?

# Tre niveauer. Tre veje frem

Når du har gennemgået spørgsmålene, placerer du jer i ét af tre modenhedsniveauer baseret på den score, du har opnået.

Brug det som retning, ikke som en dom.

Niveau 1

## Beginner

### 0–3 point

I er i gang, men meget er stadig manuelt. Fokus bør være på fundament og digitalisering.

Niveau 2

## Intermediate

### 3,5–7

I har taget vigtige skridt, men mangler sammenhæng og skalering.

Niveau 3

## Advanced

### 7,5–10

I har et stærkt setup og kan fokusere på automatisering og vækst.

**Brug testen til at:**

**Identificere**

de største gaps og flaskehalse i jeres setup.

**Prioritere**

hvor I skal sætte ind først for størst effekt.

**Skab en fælles forståelse**

på tværs af forretning, marketing og IT.



# Hvad betyder jeres score?

Tre niveauer, tre virkeligheder.

Find jer selv i en af dem - og se, hvad næste konkrete skridt bør være.

# Beginner: Fra manuelt salg til faktisk webshop

0-3  
Point

Hvis I befinder jer her, er jeres setup typisk præget af manuelle processer og begrænset digital understøttelse.

Webshoppen - hvis den findes - fungerer ofte mere som en informationskanal end en reel salgsmotor. Kunderne er stadig afhængige af kontakt med sælgere for at få priser, gennemføre køb eller få overblik over deres historik. Internt bruges der mange ressourcer på opgaver, der i princippet kunne automatiseres.

Det betyder, at både vækst og effektivitet er begrænset, og at jeres setup ikke kan følge med, hvis efterspørgslen stiger.

Fokus her bør være at få styr på fundamentet, data, struktur, integrationer og de mest basale B2B-funktioner.

I Shopify bør I derfor starte med at:

## Vi hjælper dig med at afklare:

- ✓ Strukturere jeres produkter og varianter korrekt
- ✓ Sikre, at jeres data er komplet og konsistent
- ✓ Opsætte basale B2B-funktioner (login, priser, adgang)
- ✓ Få de første integrationer på plads (typisk ERP)



# Intermediate: Fra 'det virker' til det spiller sammen

3,5-7  
Point

I denne fase har I taget vigtige skridt. Flere processer er digitaliseret, og webshoppen spiller en større rolle i salget.

Men løsningen er ofte ikke bygget til at skalere. Systemerne hænger ikke fuldt sammen, og manglende integrationer eller automatisering skaber friktion - både for kunder og internt. Der opstår workarounds, og nye behov bliver løst med midlertidige løsninger.

Det er her, mange virksomheder oplever, at de 'sidder fast':

De har investeret i digitalisering, men får ikke det fulde udbytte.

Fokus her bør være at skabe sammenhæng, integrere systemer, automatisere flows og rydde op i kompleksitet.

## I bør derfor arbejde med, at:

- ✓ Integrere jeres systemer (ERP, PIM, lager), så data flyder automatisk
- ✓ Reducere afhængighed af apps, der 'lapper' problemer
- ✓ Opsætte mere avancerede B2B-funktioner (prislister, segmenter)
- ✓ Begynde at bruge Shopify Flow til simple automatiseringer

### Vidensboble

## Shopify Flow

Shopify Flow er et automatiseringsværktøj, der sætter handlinger i gang baseret på data og events i platformen. I kan automatisere interne processer, segmentere kunder eller reagere på køb og adfærd - uden manuel indsats.



# Advanced: Fra effektiv drift til aktiv vækstmotor

7,5-10  
Point

Hvis I er her, har I et solidt fundament.

Jeres platform er integreret med centrale systemer, kunderne kan i høj grad betjene sig selv, og mange processer er automatiserede. Det betyder, at I ikke bruger tiden på drift, men på at forbedre og udvikle.

I har adgang til data, I kan arbejde med segmentering og personalisering, og I har mulighed for løbende at optimere konvertering og kundeoplevelse.

Her handler det ikke længere om at 'komme i gang', men om at accelerere væksten fx ved at skalere til nye markeder, optimere performance og udnytte data endnu bedre.

## I bør derfor fokusere på, at:

- ✓ Arbejde aktivt med kundedata og segmentering
- ✓ Optimere konvertering (fx collections, produktvisning, checkout)
- ✓ Opsætte avancerede automatiseringer via Shopify Flow
- ✓ Arbejde med personalisering og mersalg/cross-sell
- ✓ Udnytte Shopify Markets, hvis I vil skalere internationalt

### Vidensboble

## Shopify Markets

Shopify Markets gør det muligt at håndtere flere markeder fra én platform.

I kan styre valuta, sprog, domæner og prissætning på tværs af lande uden at skulle bygge separate shops.



# 4 steps til et skalerbart setup

Uanset hvor I står i dag, er vejen frem den samme: Start med fundamentet og byg systematisk ovenpå.

Det er ikke ét stort løft. Det er en række rigtige beslutninger i den rigtige rækkefølge.

# Bygges systematisk - ét step ad gangen

Hver fase afhænger af den forrige. Spring derfor ikke fundamentet over for at skalere - det knækker senere.

## Fundament

### 01 Få styr på fundamentet

Struktur, integrationer og data. Hvor lever jeres data? Hvad er jeres source of truth?  
Hvis fundamentet ikke er på plads, bliver alt andet en workaround.

---

## Selvbetjening

### 02 Skab selvbetjening

Flyt opgaver fra organisationen til kunden: Login, kundespecifik visning, genbestilling  
- og frigør tid til rådgivning, relationer og salg.

---

## Automatisering

### 03 Automatisér salget

Lad systemet arbejde for jer baseret på data og adfærd. Reager automatisk på køb, segmentér kunder og sæt relevante handlinger i gang uden manuel indsats.

---

## Vækst

### 04 Skab vækst

Omsæt indsigt til handling: Personalisering, upsell, cross-sell og kontinuerlig optimering - platformen bliver en aktiv motor for forretningen.

# 01: Få styr på fundamentet

Et skalerbart setup starter med struktur og sammenhæng.

Det lyder banalt, men det er her, de fleste fejl opstår.

For hvis ikke fundamentet er på plads, ender I med at bygge videre på noget, der ikke kan holde. Og så bliver hver ny feature, integration eller ændring dyrere og mere kompleks end nødvendigt.

**Det betyder, at I helt konkret skal have styr på:**

- ✓ Integrationen til jeres ERP og andre kernesystemer
- ✓ Hvordan jeres produktdata er opbygget og struktureret
- ✓ Hvordan kunder identificeres, segmenteres og håndteres i systemet

Men det stopper ikke der.

**I skal også tage stilling til, hvordan det hele hænger sammen:**

- ✓ Hvor 'lever' jeres data?
- ✓ Hvad er jeres source of truth?
- ✓ Hvordan skal data flyde mellem systemerne?

Det er her, I lægger rammerne for resten af løsningen. Platformen skal være fleksibel, så den forstærker det setup, I bygger ovenpå.

Er fundamentet stærkt, bliver resten nemmere.

Er det svagt, bliver alt andet en workaround.

Uden et gennemtænkt fundament bliver løsningen derfor skrøbelig og svær at udbygge senere.

Og det er præcis det, der afgør, om jeres setup kan skalere... eller knækker undervejs.

## 02: Skab selvbetjening

En af de største – og ofte undervurderede – gevinster ved B2B e-commerce er muligheden for at flytte opgaver fra organisationen... til kunden.

Det handler ikke kun om at 'have en webshop'. Det handler om at give kunderne kontrol.

### Når kunderne selv kan:

- ✓ Genbestille tidligere ordrer
- ✓ Se deres egne priser og sortiment
- ✓ Få overblik over historik, status og leveringer

... reducerer det behovet for manuelle processer markant.

Men vigtigere endnu; det ændrer måden, I driver forretning på.

Kunderne bliver mindre afhængige af sælgere og kundeservice, og jeres interne teams får frigivet tid til det, der skaber reel værdi; rådgivning, relationer og salg.

### Det handler om at sætte de rigtige rammer op fra start:

- ✓ Login og adgangsstyring
- ✓ Kundespecifik visning
- ✓ En enkel og intuitiv genbestillingsoplevelse

Når det er gjort rigtigt, bliver webshoppen ikke bare en kanal, men en naturlig del af kundens hverdag.

Samtidig forbedrer det kundeoplevelsen markant, fordi det bliver hurtigere, nemmere og mere fleksibelt at handle - præcis som B2B-kunder forventer i dag.

## 03: Automatisér salget

Når fundamentet er på plads, og kunderne kan betjene sig selv, er næste skridt at arbejde med automatisering.

Det er her, I for alvor begynder at skalere.

For i stedet for at reagere manuelt på hver kunde og hver ordre, kan I begynde at lade systemet arbejde for jer baseret på data og adfærd.

### Det betyder, at I kan:

- ✓ Reagere på køb og aktivitet automatisk
- ✓ Segmentere kunder ud fra deres adfærd
- ✓ Sætte relevante handlinger i gang uden manuel indsats

### Vidensboble

I Shopify sker det typisk gennem automatisering og data:

- ✓ Shopify Flow kan trigge handlinger baseret på ordrer, kunder eller events
- ✓ Kundedata kan bruges til segmentering og målretning
- ✓ Gentagne processer kan automatiseres og standardiseres

Resultatet er, at I går fra ad hoc-opfølgning til en mere struktureret og skalerbar salgsindsats.

Det skaber ikke bare effektivitet internt. Det skaber også en mere relevant og sammenhængende oplevelse for kunden.

Og det er her, forskellen virkelig begynder at kunne mærkes på bundlinjen.

## 04: Skab vækst

Når fundament, selvbetjening og automatisering er på plads, har I noget, mange virksomheder aldrig når; et setup, der faktisk kan skaleres.

Nu skifter fokus.

Det handler ikke længere om at få det til at fungere, men om at få mere ud af det.

Her begynder I at arbejde aktivt med jeres data og omsætte indsigt til handling. Ikke baseret på mavefornemmelser, men på faktisk kundeadfærd.

### Det betyder, at I kan:

- ✓ Identificere muligheder for upsell og cross-sell
- ✓ Skabe mere relevante og personaliserede oplevelser
- ✓ Arbejde målrettet med segmenter og kundetyper
- ✓ Optimere løbende på produkter, collections og konvertering

### Vidensboble

I Shopify handler det om at bruge platformen som en aktiv motor:

- ✓ Data fra køb og adfærd bliver til konkrete tiltag
- ✓ Sortiment og visning tilpasses løbende
- ✓ Performance forbedres gennem kontinuerlig optimering

I går derfor fra en løsning, der 'er live' til en platform, der aktivt udvikler jeres forretning.

Det er her, I begynder at se den reelle effekt af jeres investering.

Ikke bare i form af flere ordrer, men i højere værdi pr. kunde, bedre udnyttelse af jeres trafik og en mere skalerbar forretning.

# 5 typiske fejl, når du vil lykkes med B2B e-commerce

Projektet bliver ofte behandlet som en webshop-lancering - når det i virkeligheden er en digitalisering af hele forretningen.

Her er de 5 fejl, vi ser igen og igen.

# Det starter med tankegangen

Mange virksomheder undervurderer, hvad der skal til for at lykkes med B2B e-commerce.

Det skyldes sjældent manglende ambitioner, men ofte en forkert tilgang.

For projektet bliver behandlet som en webshop-lancering... når det i virkeligheden er en digitalisering af hele forretningen.

Og det er her, det begynder at gå galt.

Her er 5 fejl, vi ser igen og igen, og hvad I kan gøre ved dem.

Fælles for fejlene er, at de begrænser værdien af e-commerce. Den største gevinst kommer først, når platformen bliver en integreret del af forretningen.

---

## 01 Webshoppen bygges isoleret fra resten af forretningen

Hvis e-commerce ikke tænkes sammen med ERP, CRM, lager og kundedata, opstår der hurtigt manuelle processer og dataproblemer.

**Sådan undgår I det:** Brug platformen som en del af et samlet setup. Definér jeres integrationer fra start, og sørg for, at data flyder mellem systemer via API'er.

---

## 02 Kundernes reelle købsadfærd bliver ikke kortlagt

B2B-kunder køber sjældent lineært. De genbestiller, arbejder med faste aftaler, har interne godkendelser og forventer adgang til historik og egne priser.

**Sådan undgår I det:** Udnyt B2B-funktioner som company accounts og kundespecifikke prislister og byg flows omkring genbestilling og login, så løsningen matcher kundernes faktiske adfærd.

## 03 Produktdata er ikke stærke nok

Hvis produktdata er ufuldstændige, inkonsistente eller svære at navigere i, falder værdien af webshoppen hurtigt, uanset hvor flot designet er.

**Sådan undgår I det:** Brug din platform til at arbejde struktureret med produkter, varianter og metafields, så data er ensartet og skalerbar og giver mening for både kunder og interne teams.

### Vidensboble

## Metafields

Metafields er ekstra datafelter i Shopify, som gør det muligt at tilføje mere information til produkter, kunder og ordrer. Det kan fx være tekniske specifikationer, kundespecifik data eller udvidet produktinformation, som ikke findes i standardfelterne.

## 04 Webshoppen bygges isoleret fra resten af forretningen

Hvis e-commerce ikke tænkes sammen med ERP, CRM, lager og kundedata, opstår der hurtigt manuelle processer og dataproblemer.

**Sådan undgår I det:** Brug platformen som en del af et samlet setup. Definér jeres integrationer fra start, og sørg for, at data flyder mellem systemer via API'er.

## 05 Fokus stopper ved launch

Go-live er ikke målet. Det er startpunktet. Uden en plan for optimering, dataopsamling og løbende skalering får virksomheden ikke det fulde udbytte af investeringen.

**Sådan undgår I det:** Arbejd løbende med data, konvertering og optimering af produkter, collections og kunderejser og brug dermed aktivt din platform til at drive vækst.

# Quick wins de næste 30 dage

Det behøver ikke tage måneder at komme i gang.

Her er, hvad I konkret kan gøre for at skabe reel fremdrift.

## 1 Få overblik

- ✓ Gennemgå produktdata og identificer huller
- ✓ Kortlæg vigtigste systemer (ERP, lager, kundedata)

## 2 Forstå jeres kunder

- ✓ Kortlæg kunderejsen fra første kontakt til genkøb
- ✓ Identificér, hvor kunderne oplever friktion i dag

## 3 Fjern ineffektivitet

- ✓ Find de mest tidskrævende manuelle processer
- ✓ Vurdér, hvad der kan automatiseres/digitaliseres

## 4 Tag de første skridt

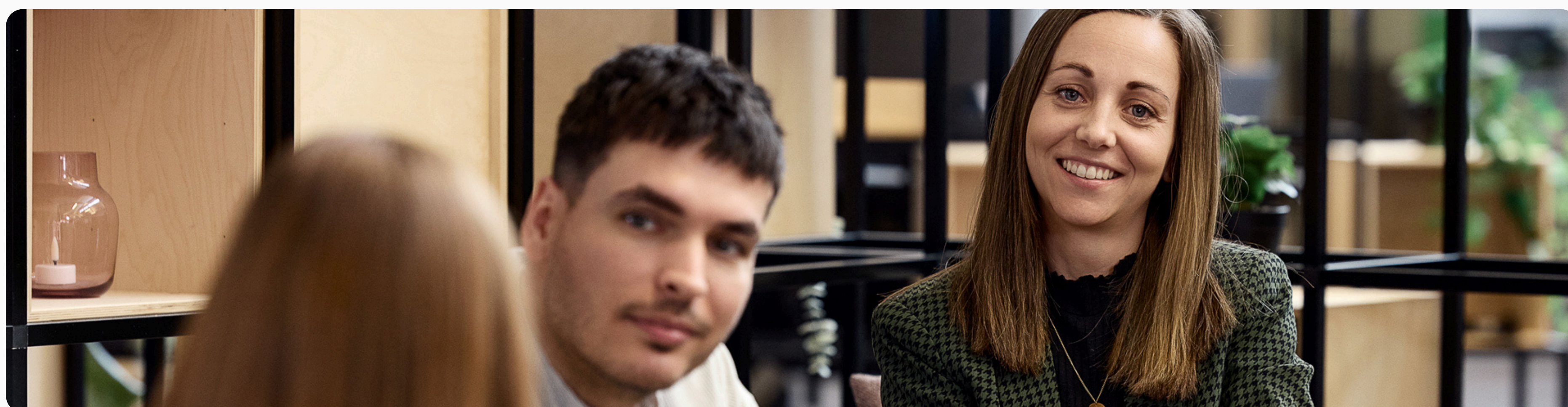
- ✓ Ryd op i produktstruktur og data
- ✓ Kig på integrationer/automatiseringer
- ✓ Aktivér de mest basale B2B-funktioner

## 5 SÆT RETNING FOR VÆKST

- ✓ Definér 2-3 konkrete mål
- ✓ Tag de første skridt mod automatisering og datadrevet arbejde

“  
Det handler om at **starte de rigtige steder** — og skabe momentum hurtigt.”

Det handler om at starte de rigtige steder – og skabe momentum hurtigt.



Vil du vide, hvor I står?

# Lad os tage en ærlig snak om jeres setup

Book en sparring og få en ærlig vurdering af jeres e-commerce setup.

Vi siger tingene, som de er — og prakker ikke nogen noget på.

Vi hjælper B2B-virksomheder med at:

---

## 01

Vurdere jeres nuværende  
B2B-setup

## 02

Identificér flaskehalse og  
potentialer

## 03

Lægge en konkret plan for  
skalering

Her vokser digital forretning.

Vi glæder os til at få din forretning til at gro.