

Det Digitale B2B Benchmark



DIRECTOR & PARTNER HOS ECREO

Casper Stendal

Forord

De seneste år har digitalisering for alvor flyttet sig fra at være en teknisk disciplin til at være et strategisk anliggende på ledelses- og bestyrelsesniveau. Danske B2B-virksomheder står midt i en transformation, hvor kundernes forventninger, nye teknologier og stigende konkurrence stiller helt nye krav. Denne rapport sætter tal på den strategiske og digitale modenhed blandt danske B2B-virksomheder – og dykker ned i potentialet og ikke mindst påvirkningen af de finansielle resultater.

Analysen viser tydeligt, at digital modenhed ikke kan reduceres til et spørgsmål om teknologi alene. Strategisk retning, ledelsesopbakning og organisatorisk erfaring er afgørende faktorer, hvis ambitionerne skal indfries. Samtidig ser vi, at manglende skalerbarhed, utilstrækkelig funktionalitet og fraværet af et strategisk roadmap fortsat bremser mange virksomheders udvikling.

Det centrale budskab i dette benchmark er, at strategi og teknologi skal gå hånd i hånd. Når de to dimensioner balanceres, skaber virksomhederne ikke blot vækst, men også en sundere bundlinje og større robusthed. Tallene viser samtidig, at vækst uden teknologisk modenhed bliver dyrt købt på bundlinjen.

Rapporten er udarbejdet i et samarbejde mellem Wilke og Ecreo. Vores ambition er at give digitale beslutningstagere et databaseret grundlag til at prioritere deres digitale investeringer og indsatser. Vi håber, at rapporten kan inspirere til refleksion, men også danne afsæt for konkrete handlinger, der kan styrke danske virksomheders konkurrencekraft.

God læselyst.

Casper Stendal

Indhold

<i>Baggrund</i>	<i>4</i>
<i>Det digitale landskab</i>	<i>7</i>
<i>Digital modenhed</i>	<i>15</i>
<i>Vigtighed af parametrene</i>	<i>20</i>
<i>Udviklingsområder</i>	<i>25</i>
<i>Effekt på de finansielle resultater</i>	<i>30</i>
<i>Konklusioner</i>	<i>36</i>
<i>Bilag</i>	<i>40</i>
<i>Kontakt</i>	<i>43</i>

Baggrund

BAGGRUND

Baggrund & data

Formål

Analysen kortlægger, hvor digitalt modne virksomheder med en lignende profil som jeres er – både strategisk og teknologisk. I får indsigt i, hvor markedet står i dag, men også hvilke områder, der har størst betydning for digital forretningsudvikling. Det giver jer et klart overblik over, hvor det bedst kan betale sig at sætte ind – og gør det muligt at prioritere de digitale indsatser, der skaber mest værdi for jeres virksomhed fremadrettet.

Dataindsamling

Der er gennemført 79 telefoninterviews med virksomheder, der sælger til industrien og har en onlineplatform (i rapporten benævnt “virksomheder”). Udvælgelsen er foretaget af Ecreo på baggrund af specifikke branchekoder (se bilag). Interviewene er gennemført i perioden 14. maj til 16. juni 2025.

Indeksering

Data er uvægtet, og alle gennemsnit på skalaer er omregnet til en 0–100 indeksering efter følgende metode:

Slet ikke / slet ikke vigtigt = 0

I mindre grad / ikke særlig vigtigt = 25

I nogen grad / hverken eller = 50

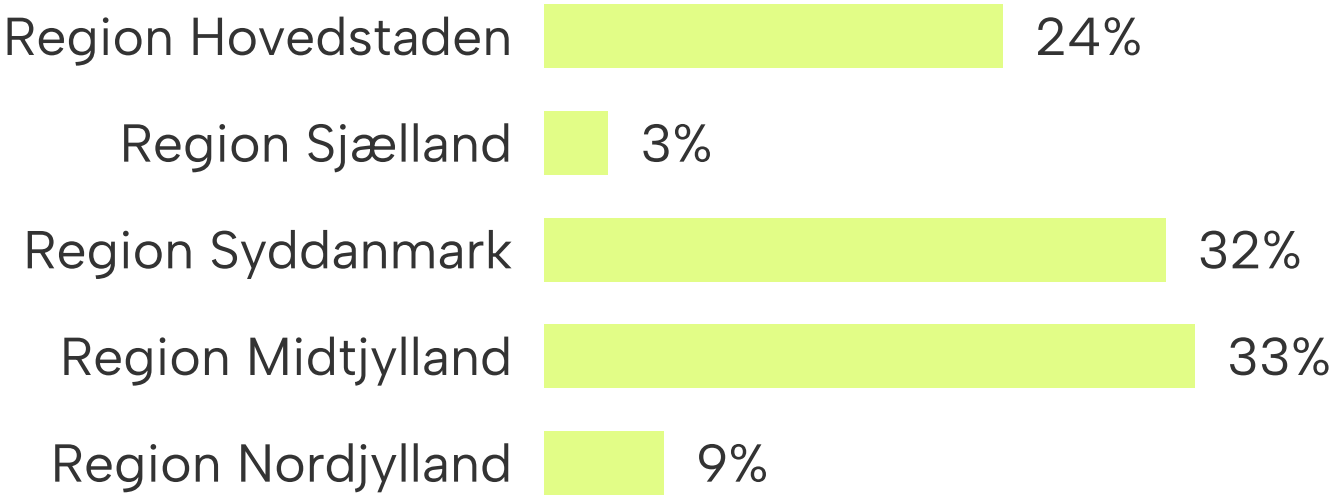
I høj grad / ret vigtigt = 75

I meget høj grad / meget vigtigt = 100

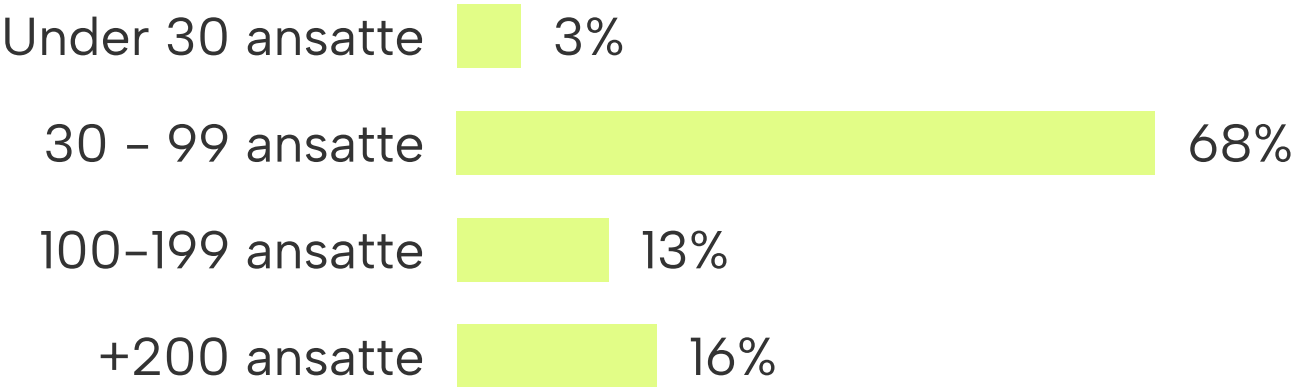
BAGGRUND

Baggrund & data

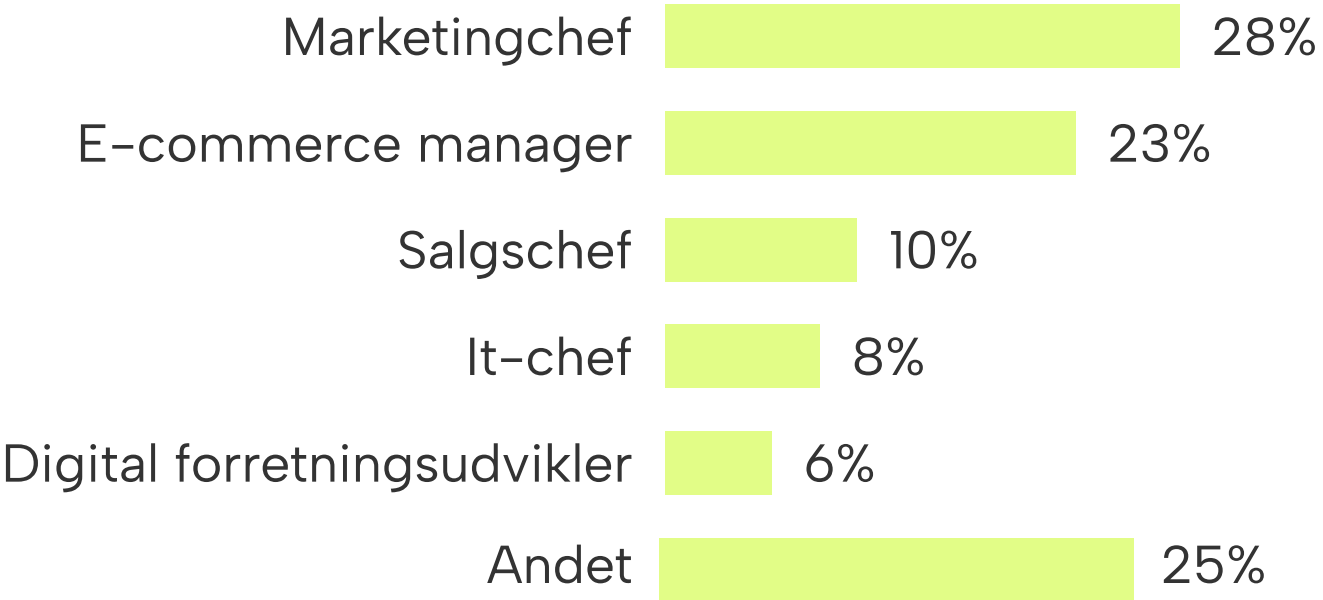
REGION



ANTAL MEDARBEJDERE



ROLLE I VIRKSOMHEDEN

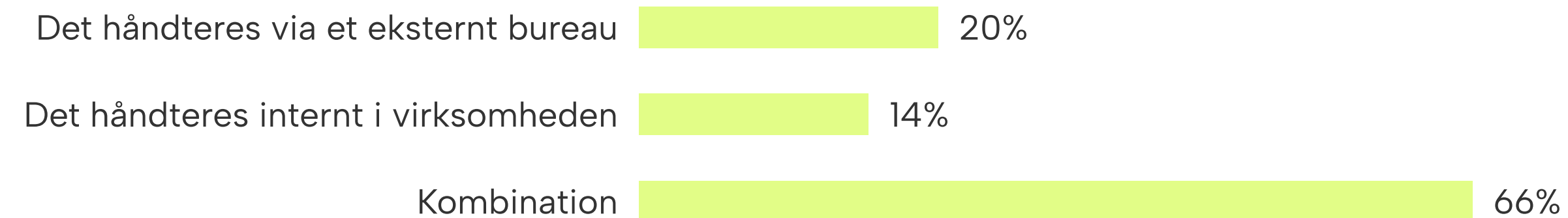


Det digitale landskab

DET DIGITALE LANDSKAB

2 ud af 3 virksomheder administrerer udvikling af deres onlineplatform med en kombination af intern håndtering og via et bureau

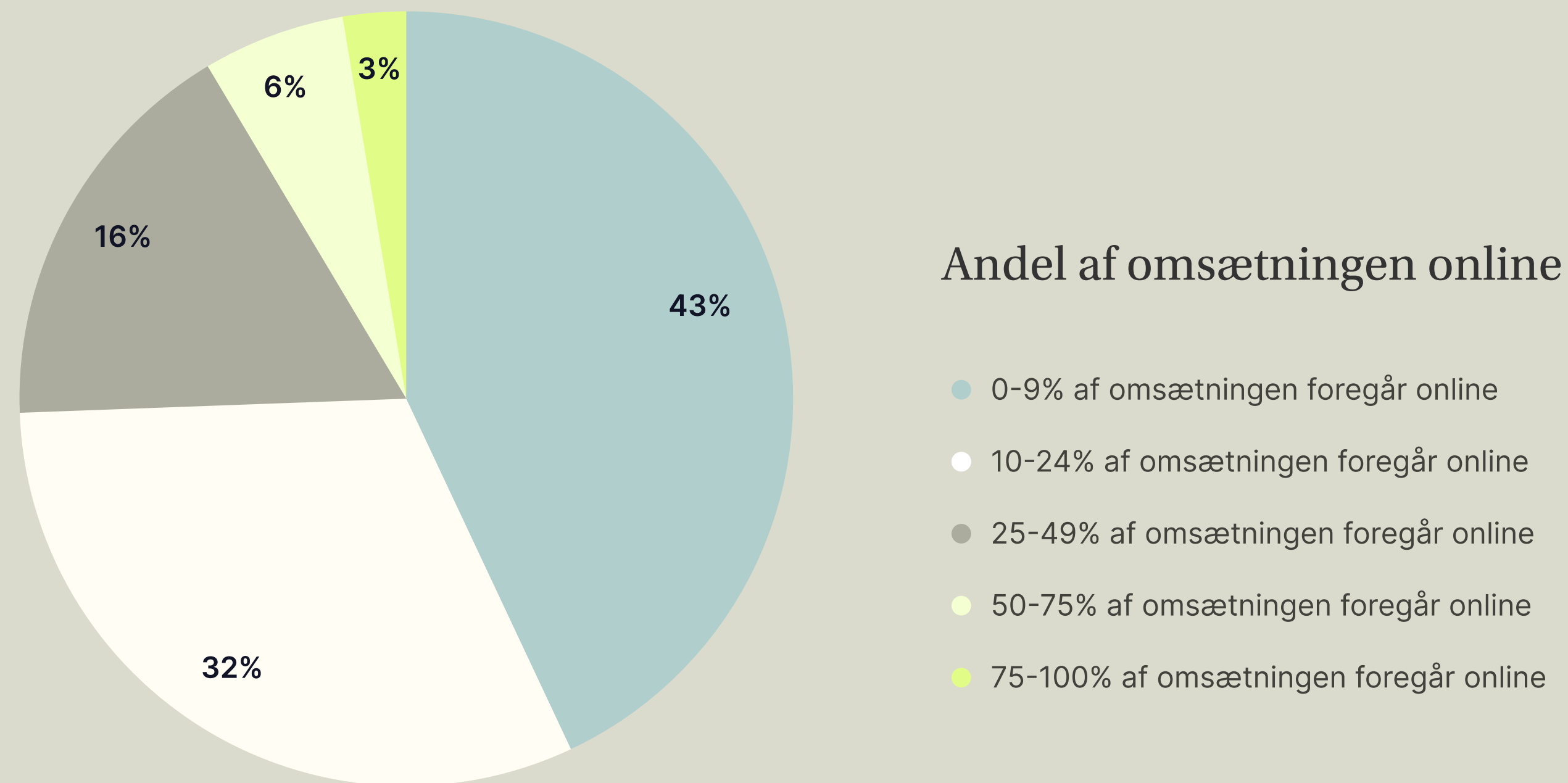
HÅNTERING OG UDVIKLING AF PLATFORMEN



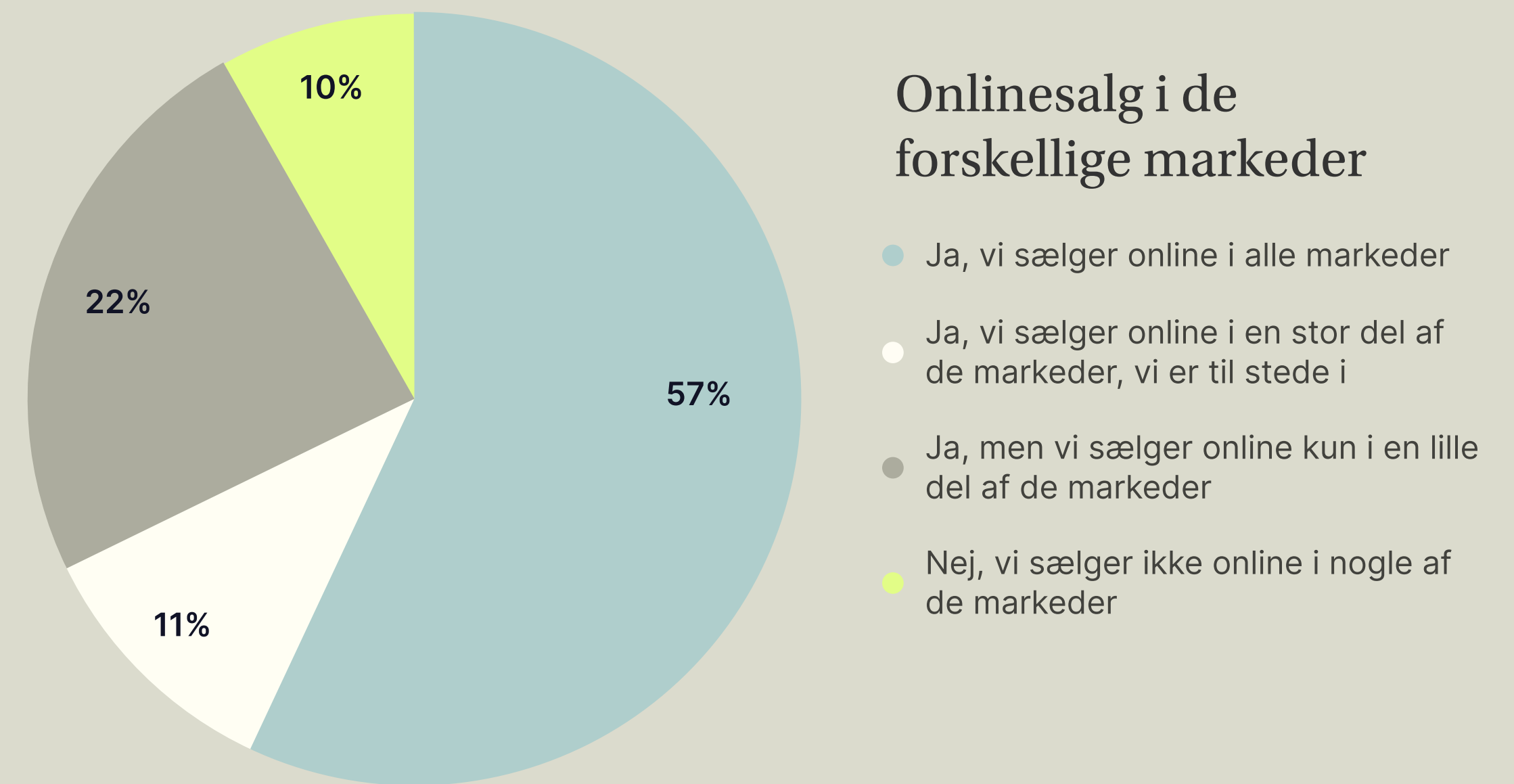
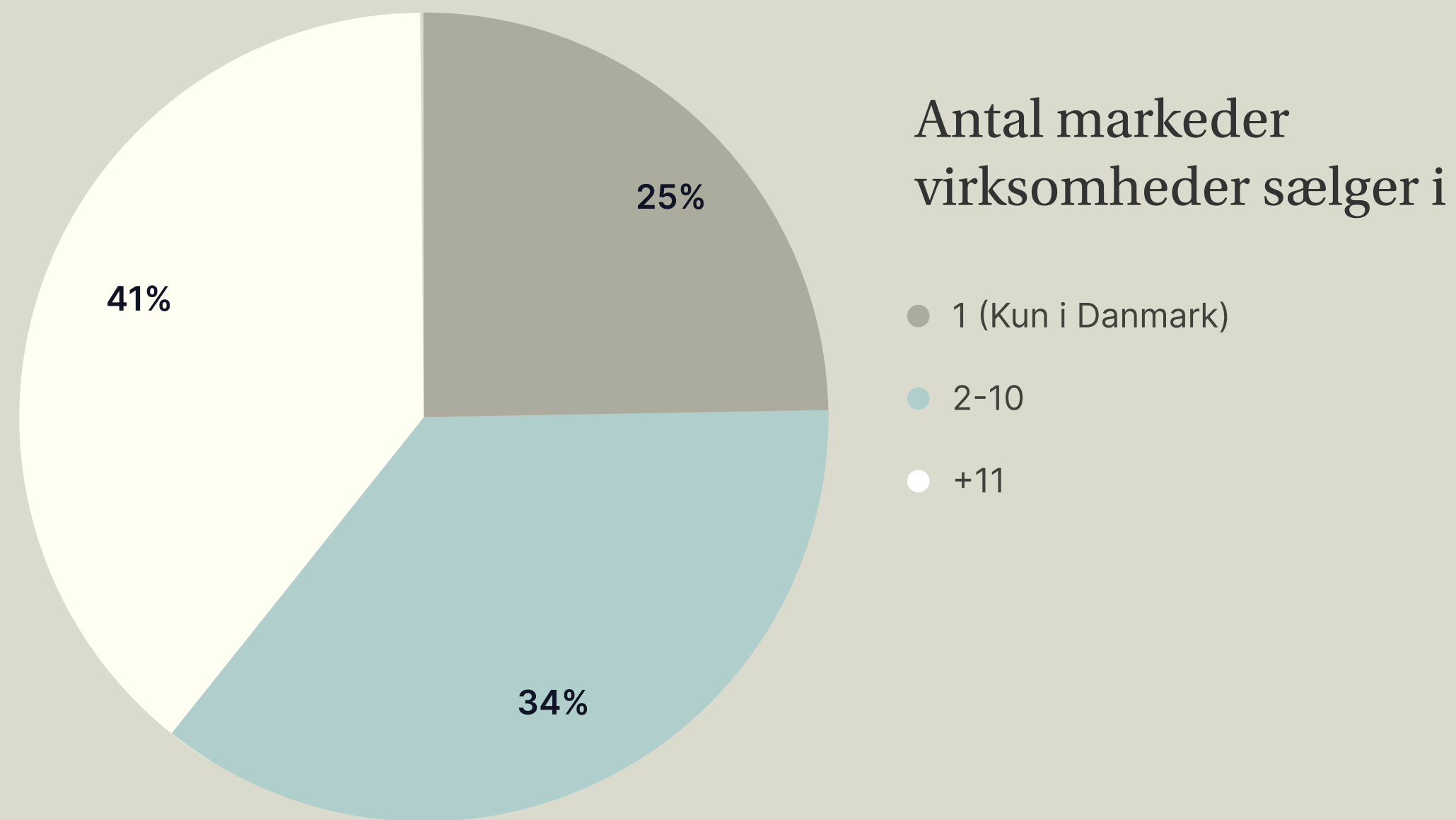
DET DIGITALE LANDSKAB

Virksomhederne sælger i flere lande, og kun en lille del af salget foregår online

En relativt lille del af salget sker online. Det er kun knap 10% af virksomhederne, der henter halvdelen eller mere af deres omsætning online



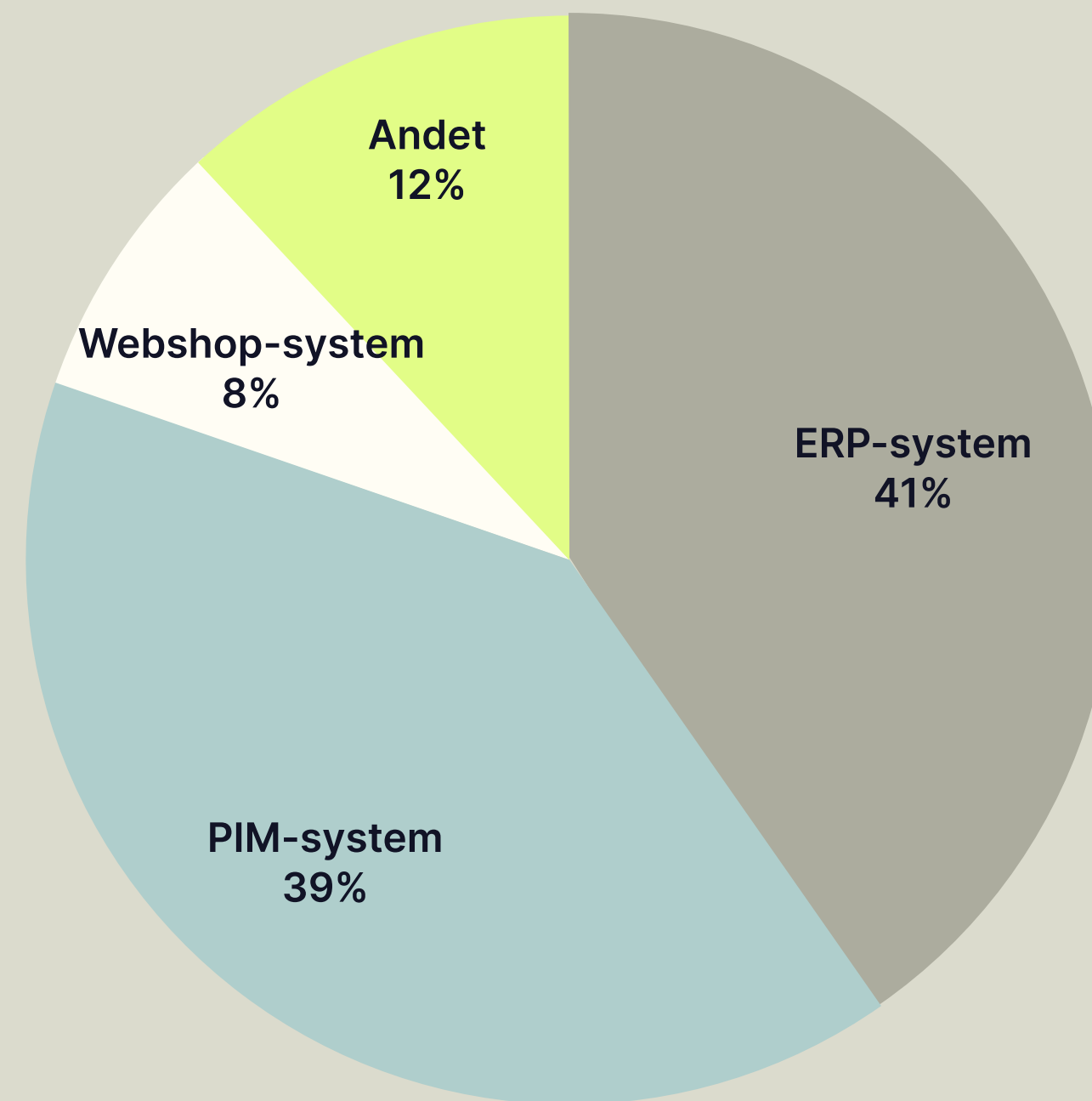
3 ud af 4 virksomheder sælger også i udlandet, og næsten 7 ud af 10 sælger online i en stor del af markederne eller alle markeder



DET DIGITALE LANDSKAB

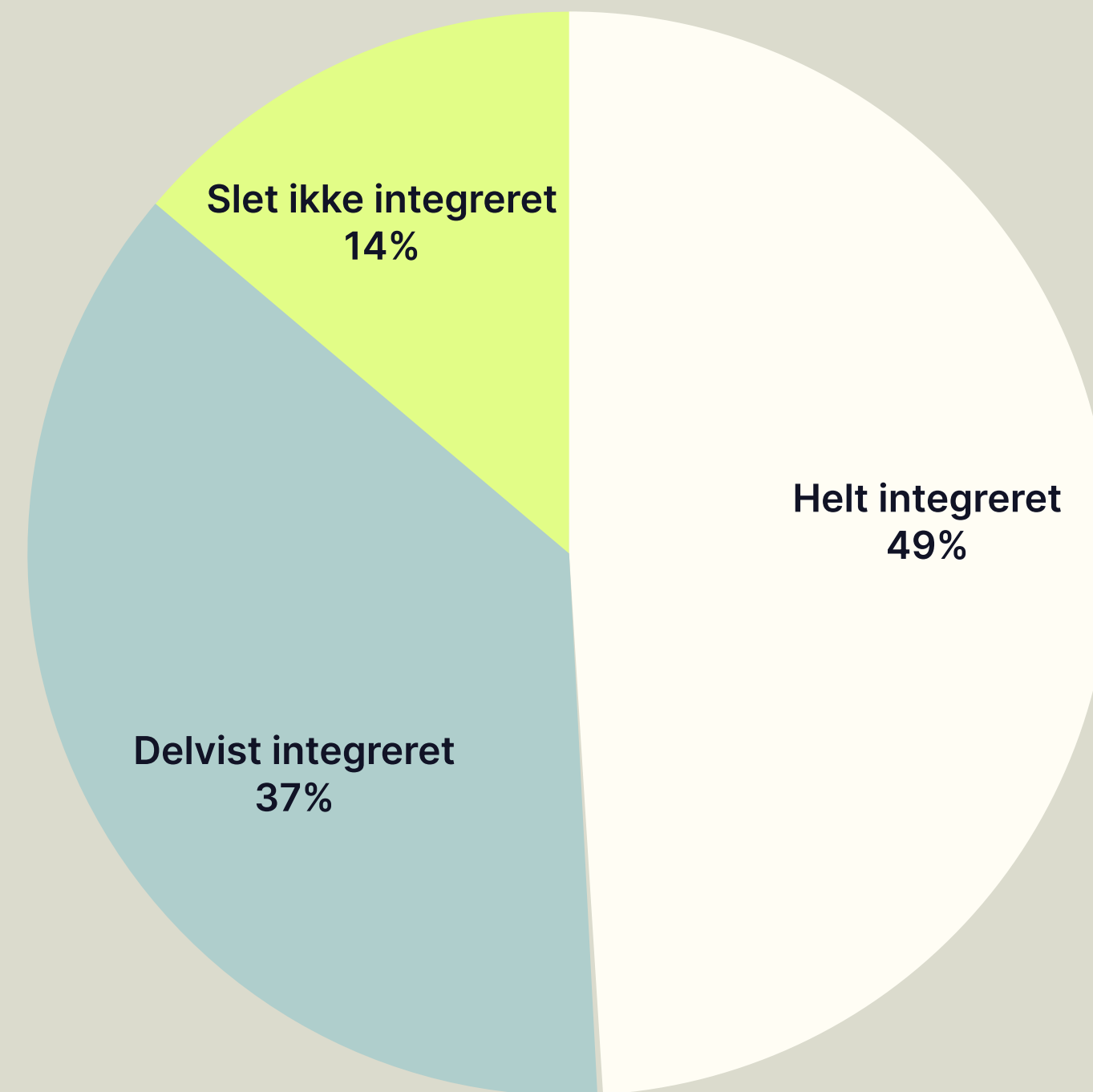
ERP- og PIM-system er lige brugt til
opbevaring af produktdata

Ca. 40% af virksomhederne opbevarer
produktdata i et ERP-system, og den samme
andel bruger et PIM-system



System til opbevaring
af produktdata

Halvdelen af virksomhederne vurderer, at deres onlineplatform er helt integreret med de øvrige systemer



Platform-integration
med øvrige systemer

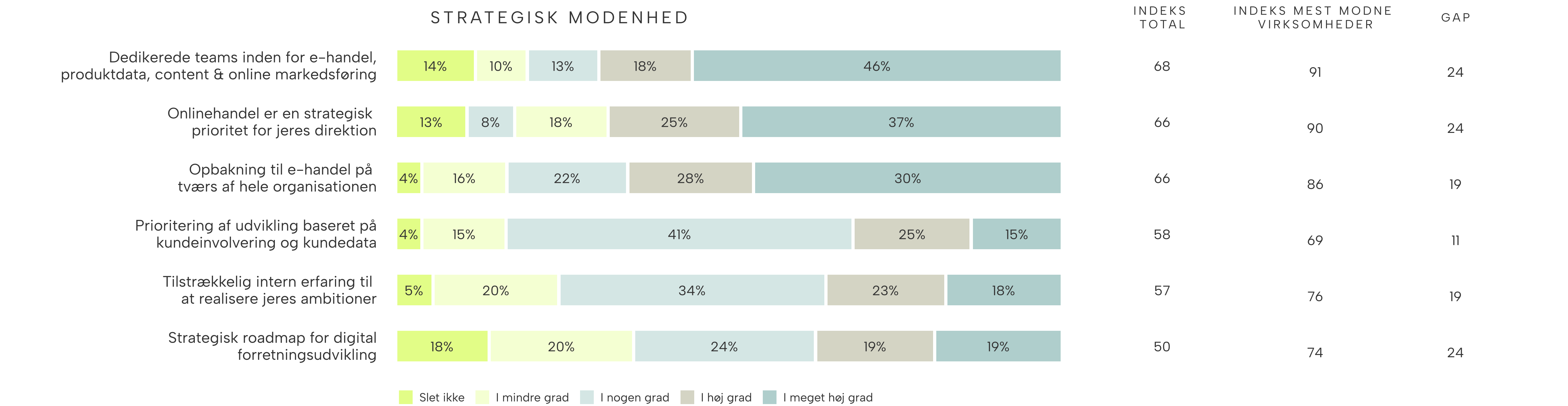
Digital modenhed

DIGITAL MODENHED

Virksomhederne oplever, at udviklingen kun i begrænset omfang tager udgangspunkt i kundernes behov, og at de ikke har den nødvendige interne erfaring, der skal til for at indfri ambitionerne for onlinehandel

MODENHED I BRANCHEN - STRATEGISK

Virksomhederne har dedikerede teams og opbakning på tværs af organisationen og fra ledelsen, men kun 40% vurderer, at de i høj grad har et strategisk roadmap for digital forretningsudvikling. De mest modne virksomheder lægger større vægt på at have dedikerede teams, opbakning fra ledelsen og et strategisk roadmap



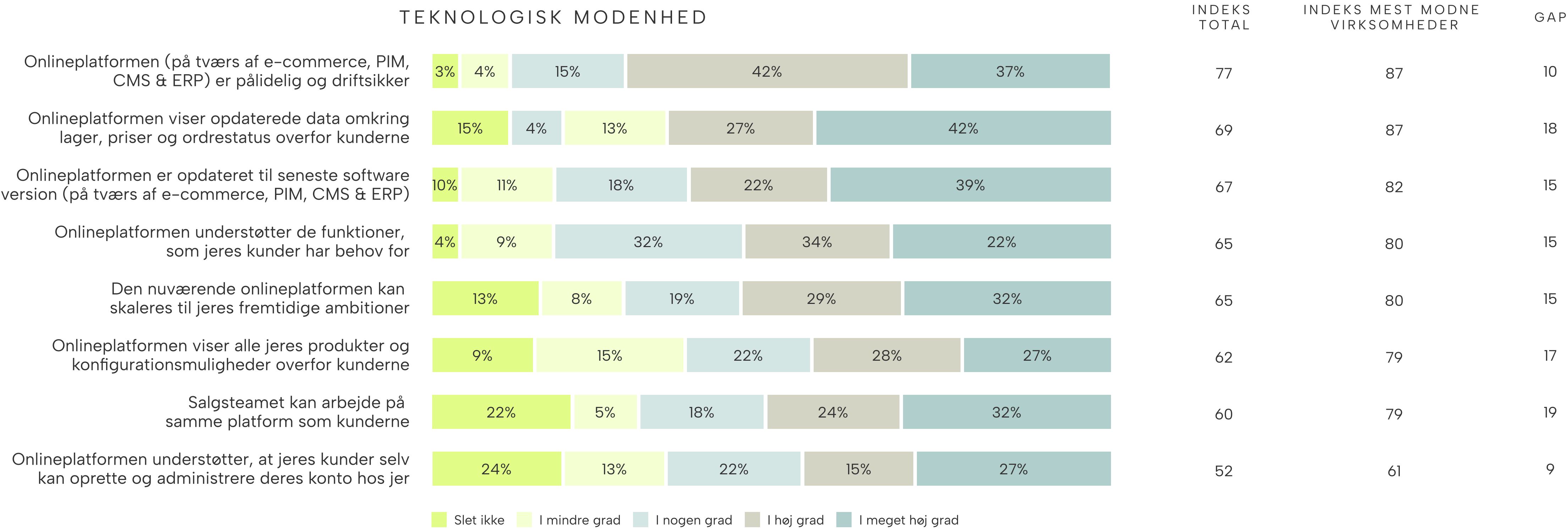
DIGITAL MODENHED

45% af virksomhederne mener, at deres platforme kun delvist eller slet ikke understøtter de funktioner, som deres kunder har brug for

MODENHED I BRANCHEN - TEKNOLOGISK

Virksomhederne synes, at de har en pålidelig platform men kun knap 40% vurderer, at deres platform understøtter, at kunderne selv kan oprette og administrere deres konto. De mest modne virksomheders platform kan i større omfang vise opdaterede data, vise alle produkter og konfigurationsmuligheder og bruges af salgsteamet

TEKNOLOGISK MODENHED



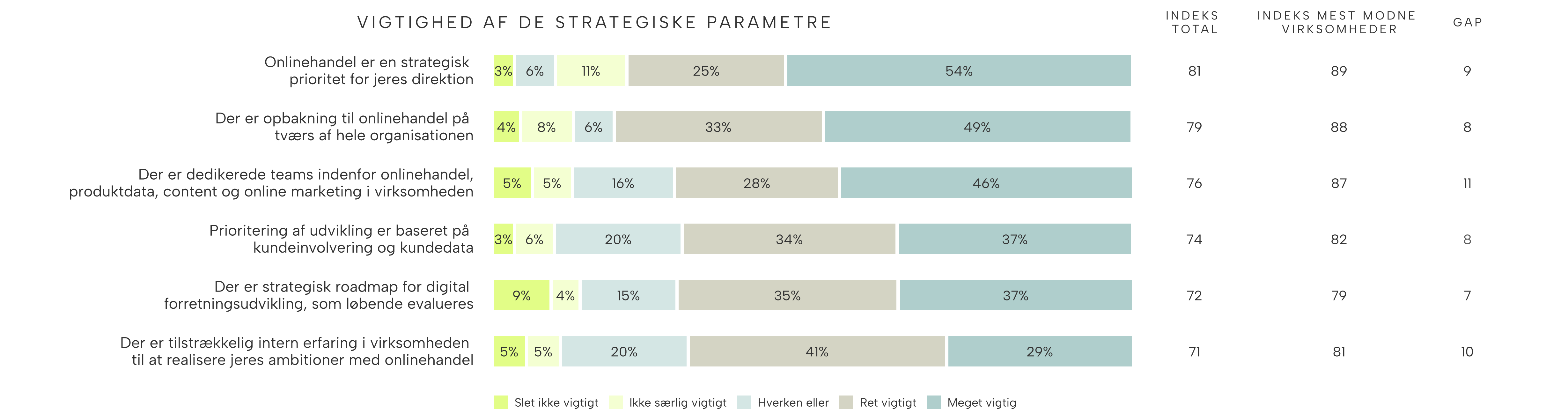
Vigtighed af parametrene

STRATEGISK MODENHED

Strategisk modenhed: Opbakning fra både ledelse og den øvrige organisation vurderes som de vigtigste parametre

VIGTIGHED AF DE STRATEGISKE DIMENSIONER

Virksomhederne synes, at de vigtigste parametre er opbakning fra ledelsen og på tværs af organisationen. For de mest modne virksomheder er dedikerede teams og tilstrækkelig intern erfaring endnu vigtigere

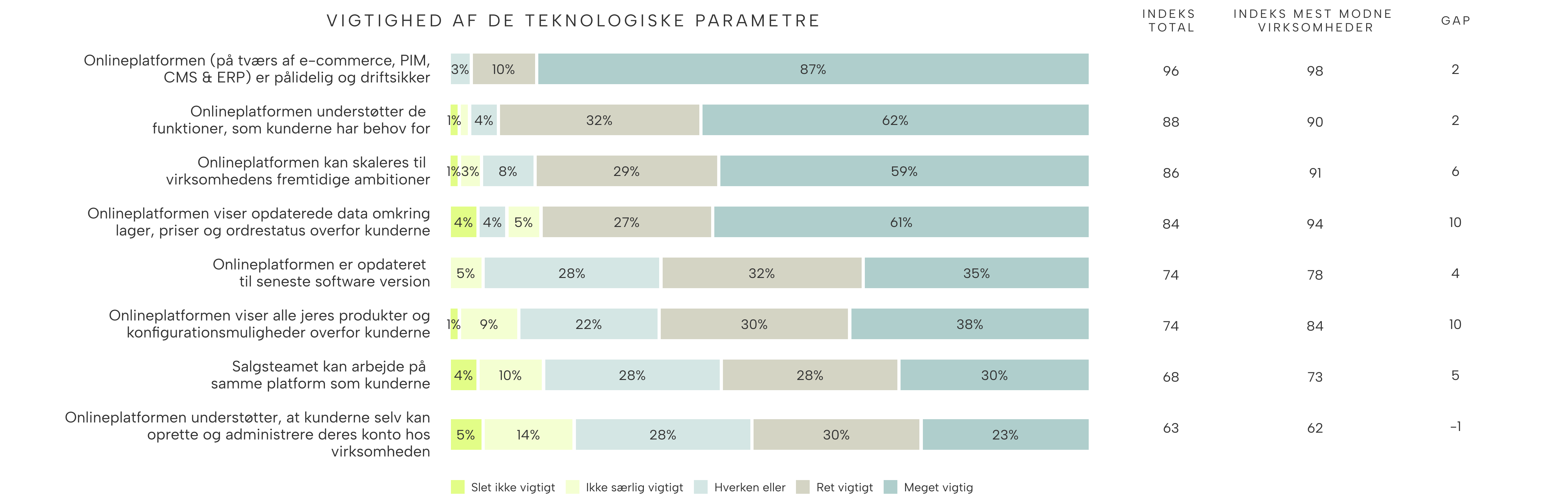


TEKNOLOGISK MODENHED

*Teknologisk modenhed: Driftssikkerhed,
skalerbarhed og kundernes behov vurderes
som de vigtigste parametre*

VIGTIGHED AF DE TEKNOLOGISKE DIMENSIONER

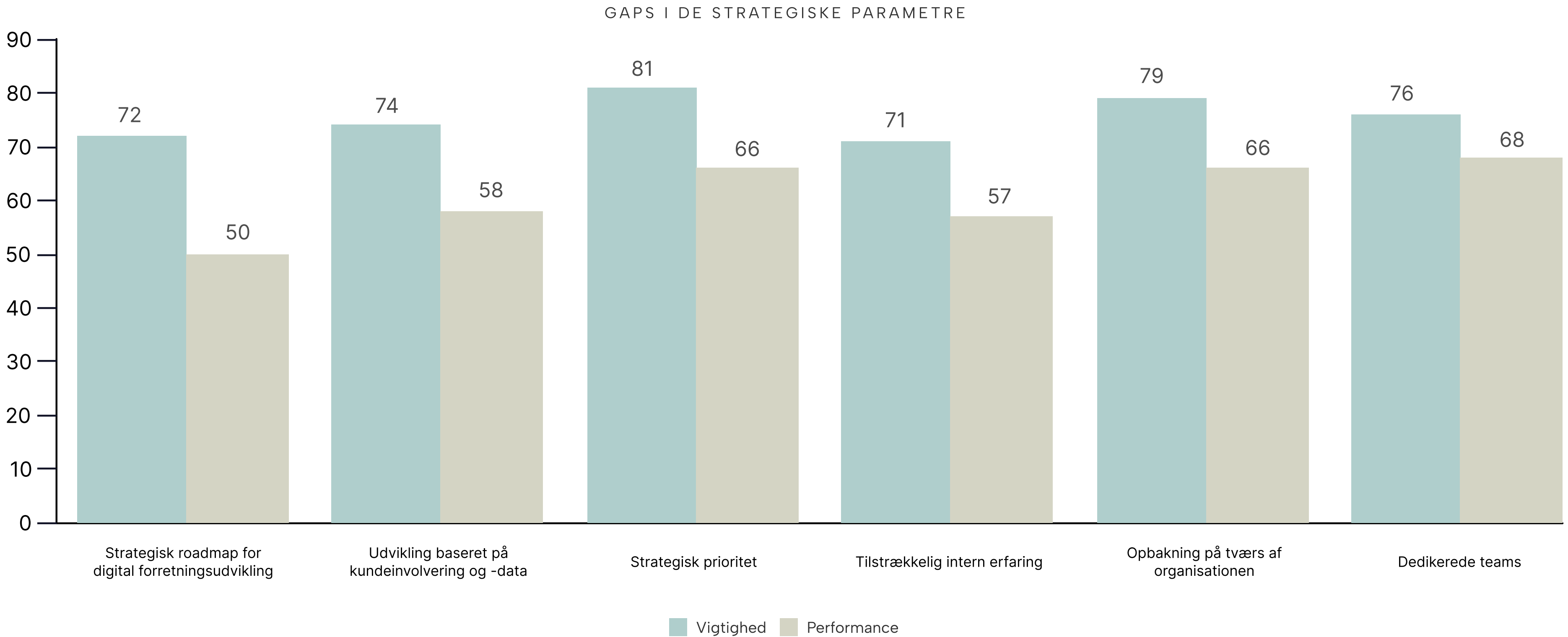
Virksomhederne peger på fire centrale krav til teknologien: Platformen skal være pålidelig, understøtte kundernes behov, kunne skaleres – og vise opdaterede data. For de mest modne virksomheder er visning af opdaterede data og alle produkter og konfigurationer endnu vigtigere



Udviklingsområder

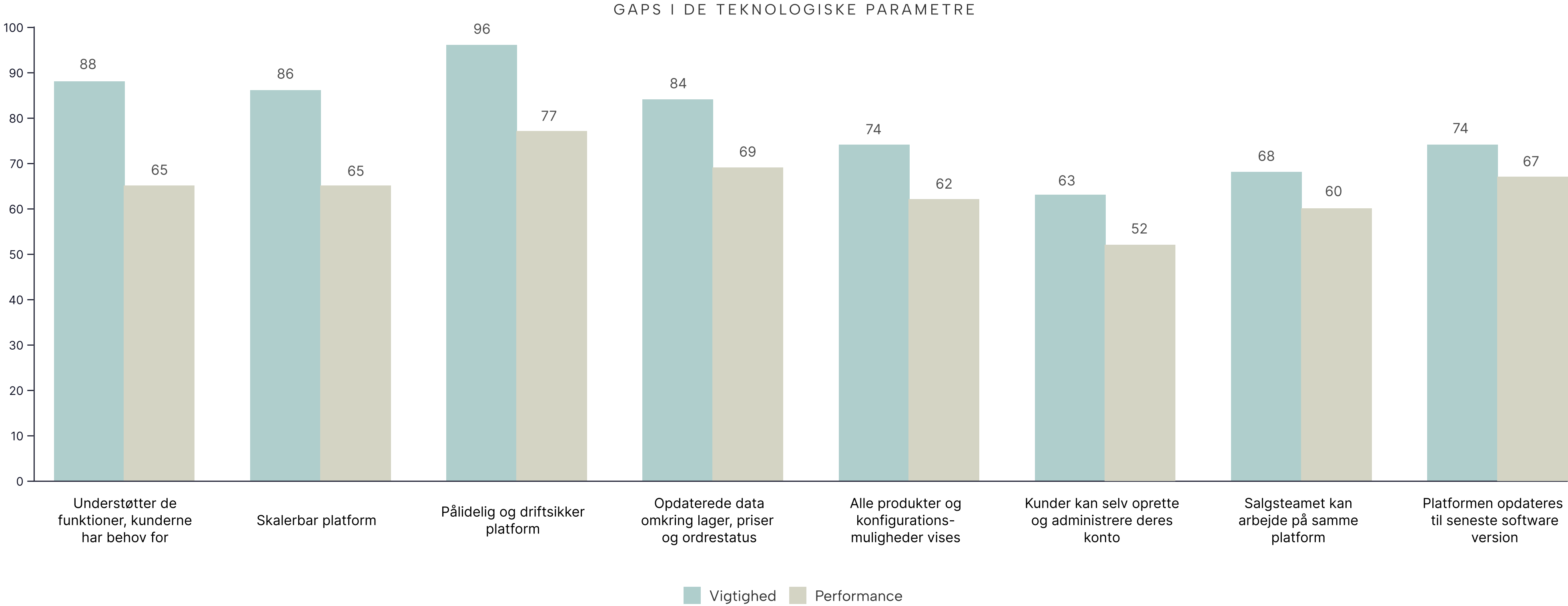
MODENHED OG VIGTIGHED

Det største gap mellem vigtighed og performance i de strategiske parametre handler om manglende strategisk roadmap for digital forretningsudvikling



MODENHED OG VIGTIGHED

De største gaps mellem vigtighed og performance i de teknologiske parametre handler især om, at platformen ikke i tilstrækkelig grad understøtter de funktioner, kunderne har brug for, samt om manglende skalerbarhed



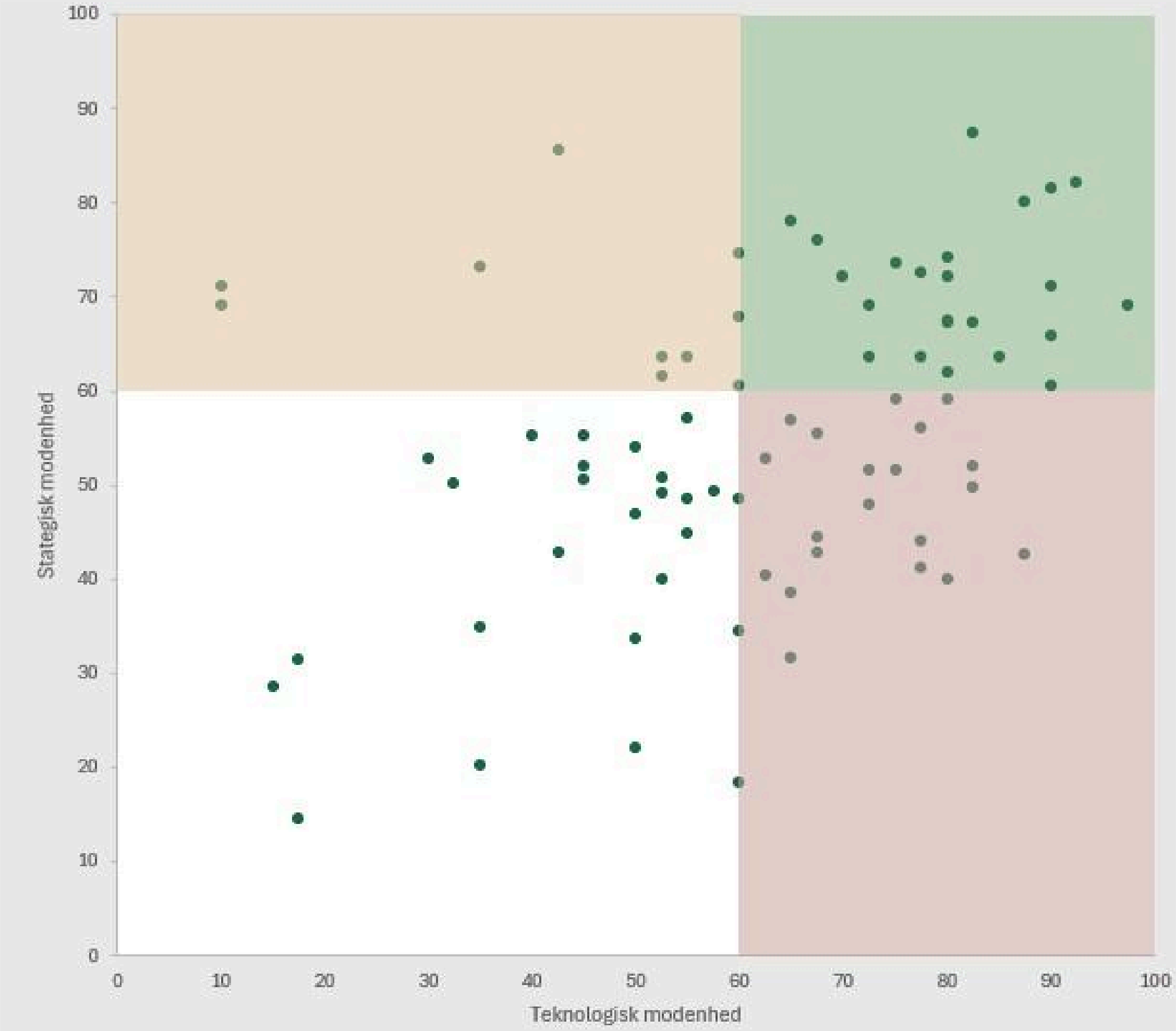
MODENHED & VIGTIGHED

De største gaps mellem vigtighed og performance handler især om, at platformen ikke i tilstrækkelig grad understøtter de funktioner, kunderne har brug for – samt om manglende strategisk roadmap, skalerbarhed og pålidelighed

	PARAMETER	VIGTIGHED	PERFORMANCE	GAP
Understøtter de funktioner jeres kunder har behov for	Teknologisk	88	65	23
Strategisk roadmap for digital forretningsudvikling	Strategisk	72	50	22
Skalerbar platform	Teknologisk	86	65	21
Pålidelig og driftsikker platform	Teknologisk	96	77	19
Udvikling baseres på kundeinvolvering og -data	Strategisk	74	58	16
Strategisk prioritet	Strategisk	81	66	15
Opdaterede data omkring lager, priser og ordrestatus	Teknologisk	84	69	15
Tilstrækkelig intern erfaring	Strategisk	71	57	14
Opbakning på tværs af organisationen	Strategisk	79	66	13
Alle produkter og konfigurationsmuligheder vises	Teknologisk	74	62	12
Kunder kan selv oprette og administrere deres konto	Teknologisk	63	52	11
Dedikerede teams	Strategisk	76	68	8
Salgsteamet kan arbejde på samme platform	Teknologisk	68	60	8
Platformen opdateres til seneste software version	Teknologisk	74	67	7

MODENHEDSLANDSKAB

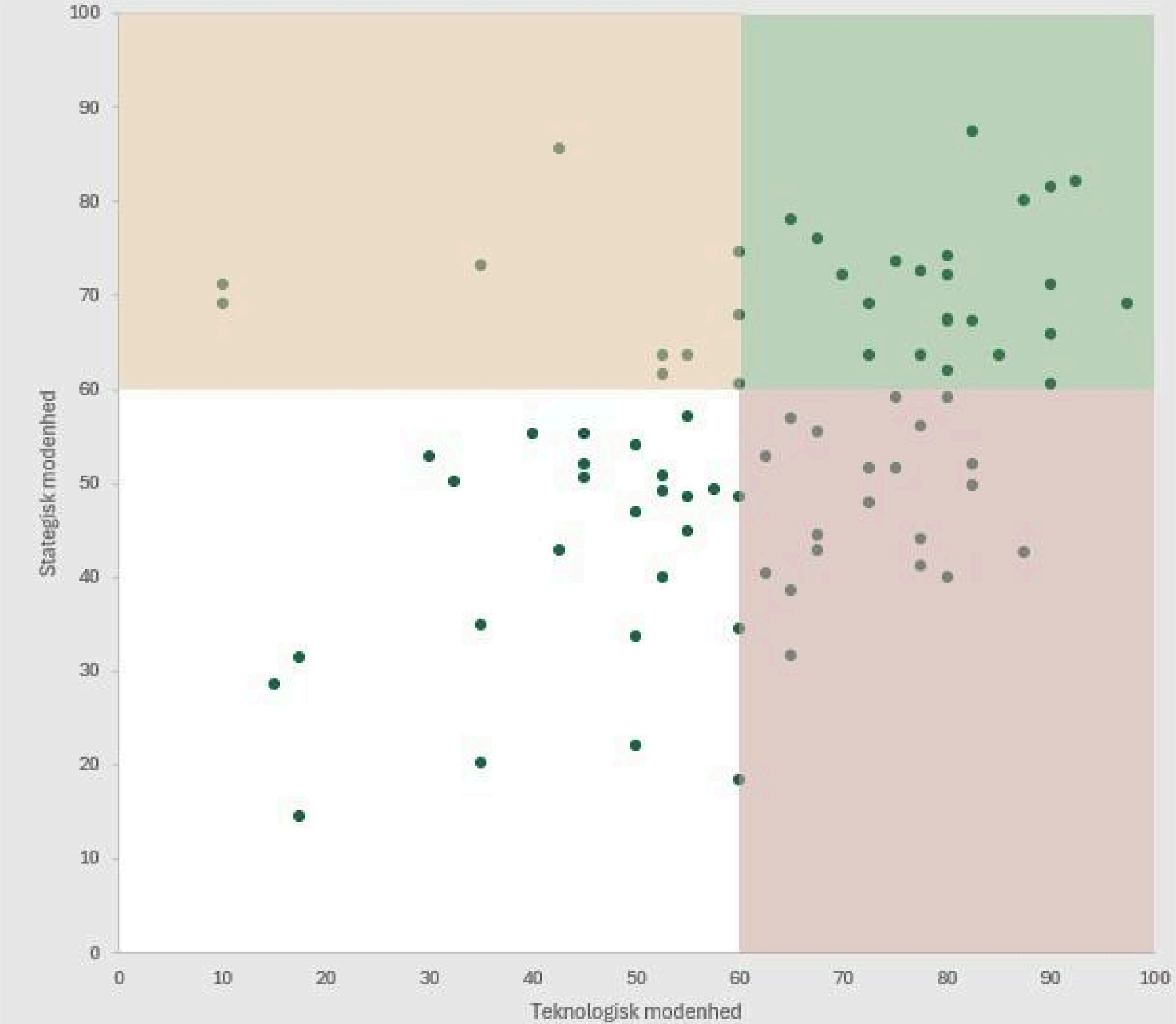
Virksomhederne fordeler sig jævnt mellem det røde og grønne område.
9% af virksomhederne befinder sig i det gule område



Effekt på de finansielle resultater

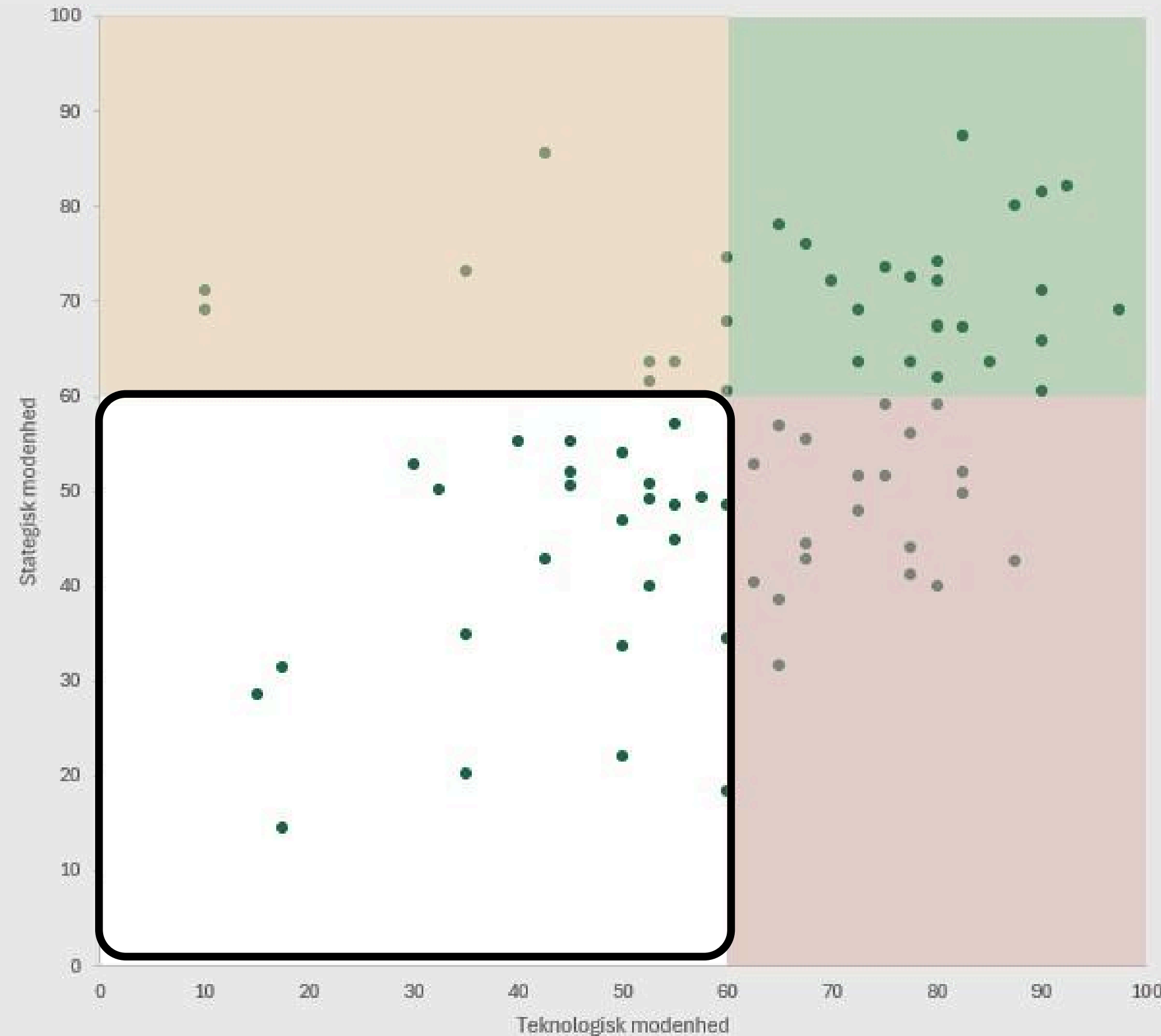
EFFEKT PÅ DE FINANSIELLE RESULTATER

Ved at analysere virksomhedernes offentligt tilgængelige finansielle nøgletal ser vi, at deres strategiske og teknologiske modenhed har stor indflydelse på, hvordan de klarer sig på toplinejen og bundlinjen



EFFEKT PÅ DE FINANSIELLE RESULTATER

Tænkeboksen – kortsigtet vækst, uden strategi eller bundlinje

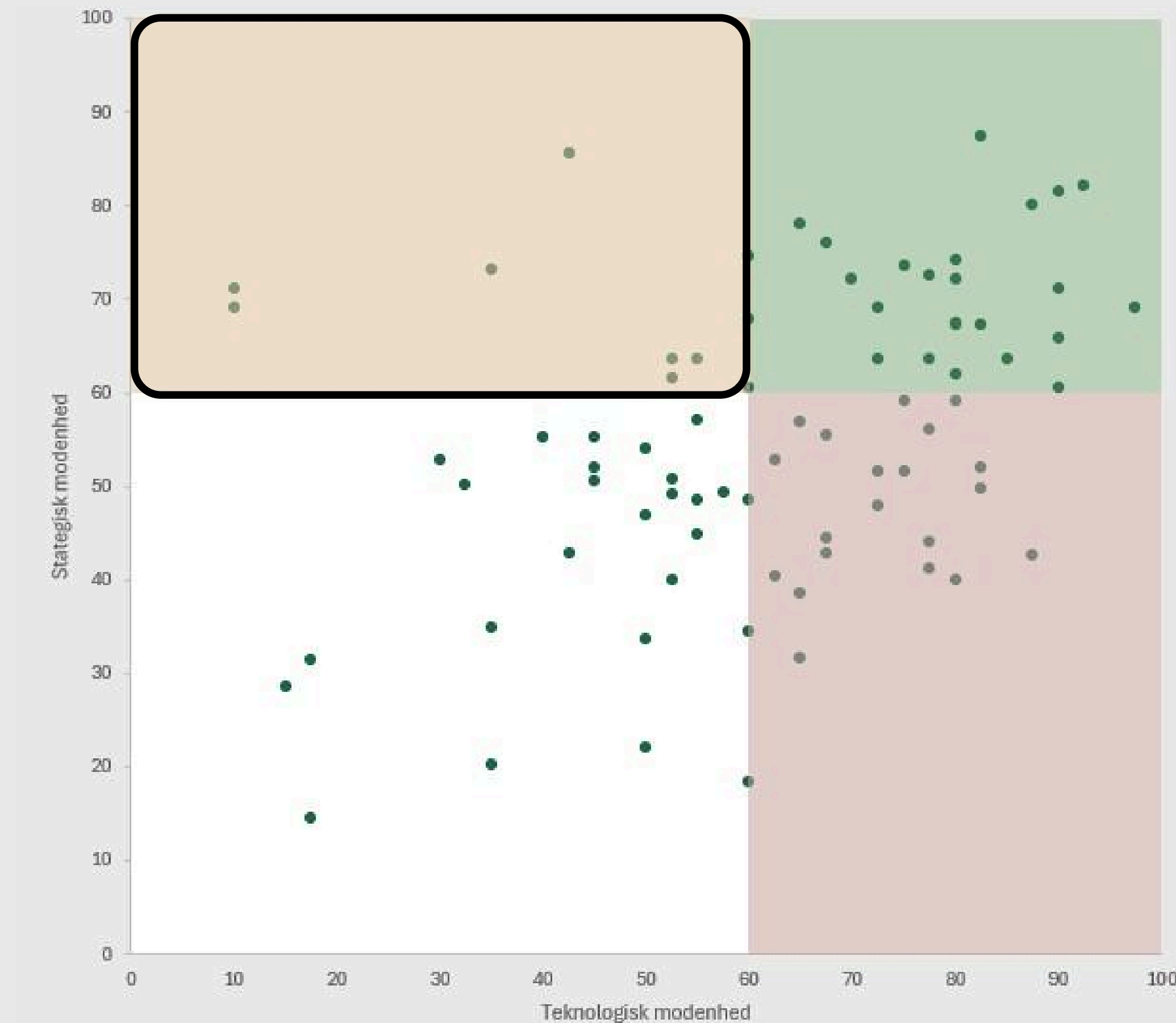


Virksomheder i **tænkeboksen** arbejder kortsigtet. De skaber vækst på toplinejen, men det gør ondt på bundlinjen.

- Har **positiv** vækst på **toplinjen**: **+20 %**
- Har **negativ** vækst på **bundlinjen**: **-55 %**

EFFEKT PÅ DE FINANSIELLE RESULTATER

Strategiboksen – strategi uden eksekvering er som at stå i kviksand

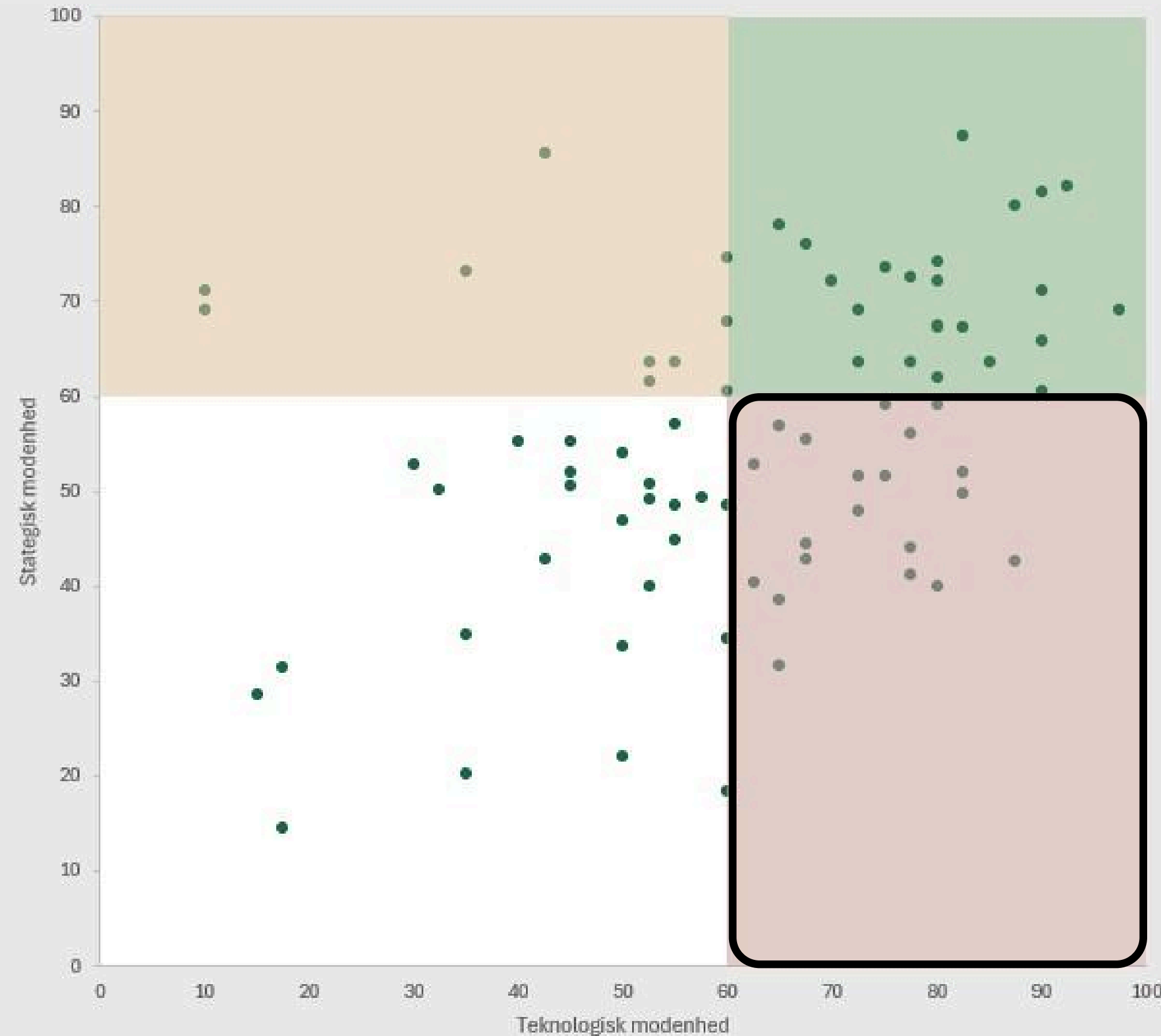


Virksomheder i **strategiboksen** går tilbage på både top- og bundlinje. De skal hurtigt videre fra strategi til implementering, for at skabe reel konkurrencekraft.

- Har **negativ** vækst på **toplinjen**: **-8 %**
- Har **negativ** vækst på **bundlinjen**: **-22 %**

EFFEKT PÅ DE FINANSIELLE RESULTATER

Teknologiboksen - stærk vækst på toplinejen, mens bundlinjen halter lidt efter

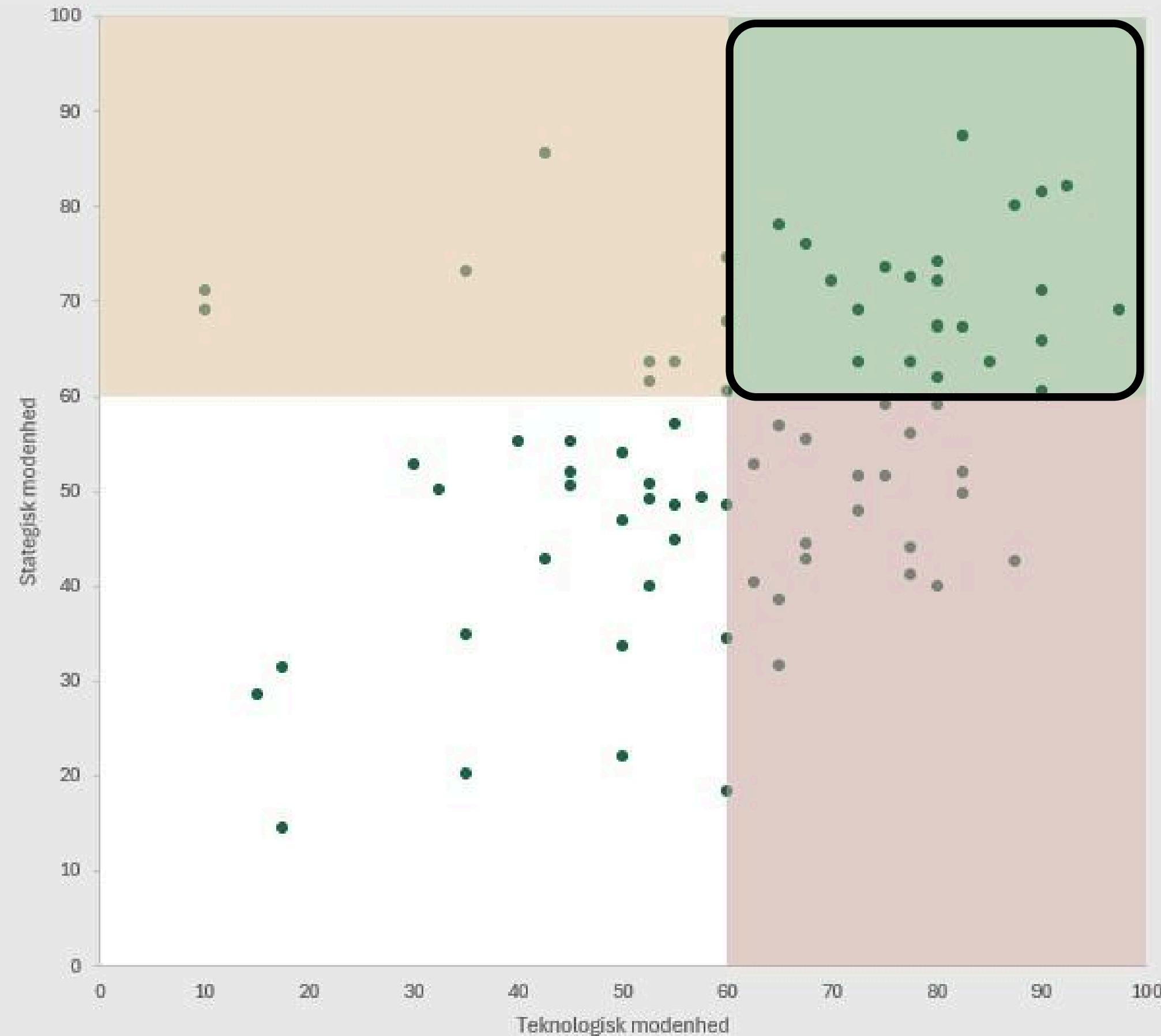


Virksomheder i **teknologiboksen** har momentum. Væksten på bundlinjen, følger dog ikke med den stærke vækst på toplinejen.

- Har **positiv** vækst på **toplinjen**: **+7 %**
- Har **positiv** vækst på **bundlinjen**: **+6 %**

EFFEKT PÅ DE FINANSIELLE RESULTATER

Værdiboksen – modstandsdygtig og med en imponerende vækst på bundlinjen



Virksomheder i **værdiboksen** formår at løfte deres bundlinje markant – og langt over resten af markedet – på trods af en neutral udvikling på toplinejen.

- Har **neutral** vækst på **toplinjen: 0%**
- Har **markant** vækst på **bundlinjen: +65%**

Konklusionen

Manglende teknologisk modenhed koster dyrt på bundlinjen

-54% negativ vækst på bundlinjen

Modenhed på både strategi og teknologi løfter bundlinjen markant

+65% vækst på bundlinjen

*Virksomheder, der formår at balancere strategi og teknologi,
skaber robusthed og betydelig
vækst på bundlinjen*

Bilag

Branchekoder anvendt til udvælgelse af virksomheder

13.00.0 Tekstilindustri
14.00.0 Beklædningsindustri
16.00.0 Fremstilling af træ og varer af træ og kork, undtagen møbler; fremstilling af varer af strå og flettematerialer
20.00.1 Fremst. af basiskemikalier
20.00.2 Fremst. af maling og sæbe mv.
21.00.0 Fremstilling af farmaceutiske råvarer og farmaceutiske præparater
22.00.0 Fremstilling af gummi- og plastprodukter
23.00.0 Fremstilling af andre ikke-metalholdige mineralske produkter
24.00.0 Fremstilling af metal
25.00.0 Jern- og metalvareindustri, undtagen maskiner og udstyr
26.00.0 Fremstilling af computere, elektroniske og optiske produkter
27.00.0 Fremstilling af elektrisk udstyr
28.00.0 Fremstilling af maskiner og udstyr i.a.n.
29.00.0 Fremst. af motorkøretøjer
30.00.0 Fremst. andre transportmidler

31.00.0 Møbelindustri
32.00.0 Anden fremstillingsvirksomhed
32.00.2 Fremst. af legetøj mv.
46.00.1 Agenturhandel
46.00.2 Engrosh. med korn og foderstof
46.00.3 Engrosh. føde-, drikke-, tobaksvarer
46.00.4 Engrosh. med hushold.artikler
46.00.5 Engrosh. med it-udstyr
46.00.6 Engrosh. med andre maskiner
46.00.7 Anden engroshandel
46.40.0 Engroshandel med husholdningsartikler
46.50.0 Engroshandel med informations- og kommunikationsudstyr
46.60.0 Engroshandel med andre maskiner, andet udstyr og tilbehør
46.70.0 Anden specialiseret engroshandel
46.90.0 Ikke-specialiseret engroshandel

Modenhedslandskabet er beregnet ved at kombinere de følgende spørgsmål

Strategisk modenhed

- Onlinehandel er en strategisk prioritet for jeres direktion
- Opbakning til e-handel på tværs af hele jeres organisation
- Årligt budget til udvikling og drift omkring e-handel
- Dedikerede teams inden for e-handel, produktdata, content og online markedsføring
- Tilstrækkelig intern erfaring til at realisere jeres ambitioner
- Håndtering af udvikling af jeres onlineplatform
- Procentdel af jeres samlede ordrer, der kommer fra e-handel
- Strategisk roadmap for digital forretningsudvikling
- Prioritering af udvikling baseret på kundeinvolvering og kundedata
- Onlinesalg i alle de markeder, hvor I er til stede

Teknologisk modenhed

- Pålidelig og driftsikker platform
- Onlineplatformen kan skales til jeres fremtidige ambitioner
- Onlineplatformen er opdateret til seneste software version
- Onlineplatformen er integreret med jeres øvrige systemer
- Bruger PIM-system til opbevaring af produktdata
- Onlineplatformen viser opdaterede data omkring lager, priser og ordrestatus overfor kunderne
- Onlineplatformen viser alle produkter og konfigurationsmuligheder overfor kunderne
- Onlineplatformen understøtter, at jeres kunder selv kan oprette og administrere deres konto hos jer
- Onlineplatformen understøtter de funktioner, jeres kunder har behov for
- Salgsteam kan arbejde på samme platform som kunderne

Kontakt

KONTAKT

Har du spørgsmål, så tøv
ikke med at række ud



DIRECTOR & PARTNER

Brian Blomholt

brb@wilke.dk

+45 20 10 59 23



SENIOR DATA INSIGHTS CONSULTANT

Audrey Dupire

aud@wilke.dk

+45 27 90 23 92



DIRECTOR & PARTNER

Casper Stendal

cs@ecreo.dk

+45 31 11 40 00



STRATEGIC DIGITAL ADVISOR

Steffen Christensen

sch@ecreo.dk

+45 91 53 38 46