



B2B専用Eコマースプラットフォーム

ビルドかバイか？ B2B Eコマースの選択肢を探る

SカスタムEコマースソリューションを構築すべきか、それともベンダーから購入すべきか？



目次

- 3 はじめに
- 4 いつビルドし、いつバイすべきか？
 - 4 賃貸か所有か？
- 5 戦略を立てる際に考慮すべき要因
- 6 コストの比較
- 7 ハイブリッドの力：柔軟なB2B Eコマースプラットフォームのカスタマイズ
- 9 ビルドかバイかを越えて：OroCommerceの紹介
- 9 OroCommerceが他と違う理由



はじめに

適切なEコマースプラットフォームを選ぶことは、あらゆるB2Bビジネスにとって極めて重要です。それはオンラインプレゼンスの中心であり、顧客体験からバックエンド業務まで、すべてを担います。しかし、多くの選択肢がある中で、その決定はしばしば「カスタムソリューションを内製するか、ベンダー製のプラットフォームを購入するか」という点に集約されます。

歴史的に、構築することが唯一の選択肢でした。企業は、自社の正確なニーズに合わせてカスタマイズされたソリューションを作成するために、多くの時間とリソースを投資しました。これにより完全なコントロールが可能になった一方で、スケーラビリティや統合の問題といった課題が伴うことがよくありました。

今日、状況は異なります。洗練されたベンダー製プラットフォームの台頭により、魅力的な代替案が提供されています。企業はもはや、構築と購入のどちらかを選ぶ必要はありません。一部の機能には既製のソリューションを活用し、他の機能にはカスタムソリューションを構築するというハイブリッドアプローチを採用できます。

この電子書籍では、「ビルドかバイか」のジレンマを詳しく探ります。それぞれのアプローチの長所と短所を検討し、貴社のB2B Eコマースのニーズに最適なものを見極めるお手伝いをします。

さあ、B2B Eコマースソリューションのエキサイティングな世界に飛び込んで探求しましょう。



いつビルドし、いつバイすべきか？

B2B Eコマースプラットフォームを構築するか購入するかは、時間や予算といった投入可能なリソースと、見返りとして期待する価値との間の微妙なバランスにかかっています。この慎重な計算が、ビジネスにとって正しい道を選ぶ上での決定要因となることがよくあります。

賃貸か所有か？

これを不動産投資のように考えてみてください、ただしデジタル領域での話です。ベンダーから既製のソリューションをレンタルする利便性を選択することも、カスタムプラットフォームを構築して所有権を思い切って手に入れることもできます。

ベンダーソリューションは、幅広いビジネスニーズに応える既製のデジタルストアフロントという魅力的な提案をします。

ある程度のカスタマイズは通常可能ですが、これらのソリューションにはしばしば制限が伴います。特にプロプライエタリなプラットフォームは、独自の要件に合わせてプラットフォームを調整する能力を大幅に制限する可能性があります。

この道を選ぶことは、賃借人としての役割を受け入れ、アップデート、サポート、将来の開発をベンダーに依存することを意味します。そして、どんな賃借人とも同様に、現在のスペースが手狭になれば、コストの増加や「引っ越し」（新しいプラットフォームへの移行）の必要性に直面するかもしれません。

一方、カスタムソリューションを構築することは、夢のマイホームを一から建てるようなものです。コードベースからすべてのアセットを所有するため、会社にとってその価値を最大限に高めることができます。

メンテナンス、アップデート、カスタマイズは社内の問題となり、長期的には時間とコストを節約できる可能性があります。しかし、カスタムプラットフォームを構築し、維持するための適切な開発者やコンサルタントを見つけることは、人気のベンダーソリューションの専門家を見つけるよりも難しい場合があります。この場合、所有権には責任の全重量が伴います。



最適な選択肢を見つける：あなたに合ったEコマースソリューションは？

カスタムビルドソリューションが適しているのは...

製品の販売、保管、または配送に複雑な制限が課せられている規制の厳しい業界で事業を展開する企業。

さまざまな支払い方法、条件、請求書発行を受け入れる企業、または取引に対するより多くのコントロールを望む企業。

価格設定、交渉、発注に関する特定のワークフローを持つ組織。

また、複雑な製品バンドル要件や付加価値サービスを持つ場合もあります。

複数のブランド、サブブランドを持つ複雑な事業構造、または複数の業種にサービスを提供する企業。

今すぐテクノロジービジネスに参入するのに十分な時間と予算があり、長期的にそのソリューションをサポートできる企業。

ベンダーソリューションが適しているのは...

特殊な製品や顧客の要件がない、シンプルな販売モデルを持つ企業。

迅速に市場投入を目指す企業。ベンダーはオンボーディングに投資しており、ストアフロントや製品ライブラリを簡単に設定できます。

ホスティングやアップグレードの手間を避けたいブランド。多くのベンダーはSaaSまたはクラウドホスト型であり、機能のアップデートやメンテナンスが含まれています。

予算が限られている企業。独自のソフトウェアを作成するには数ヶ月、場合によっては数年かかり、コストは天文学的なレベルにまで上昇します。

EコマースプラットフォームをERP、CRM、PIMなどの既存のソリューションと統合する必要がある企業。



戦略を立てる際に考慮すべき要因



期間

カスタムソリューションの構築は短距離走ではなくマラソンです。迅速な立ち上げが重要である場合、ベンダーソリューションは大きな先行アドバンテージを提供します。



予算

構築と購入のどちらにもコストがかかります。開発、ライセンス、実装、継続的なメンテナンスを考慮に入れて、ビジネスにとって最も費用対効果の高いアプローチを決定してください。



顧客の声

顧客は最良のガイドです。選択したプラットフォームがシームレスな体験を提供できるように、顧客のニーズや期待に関するフィードバックを収集してください。



将来の計画

将来の成長、市場の変化、進化する顧客の要求を予測してください。プラットフォームは、ビジネスとともに適応し、拡張できるだけの俊敏性を持つべきです。



ステークホルダーの合意

すべてのステークホルダー、特に最前線にいる人々からの合意を取り付けてください。マーケティング、営業、ITは、意思決定プロセスにおいて不可欠な意見を持つべきです。



B2Bの複雑さ

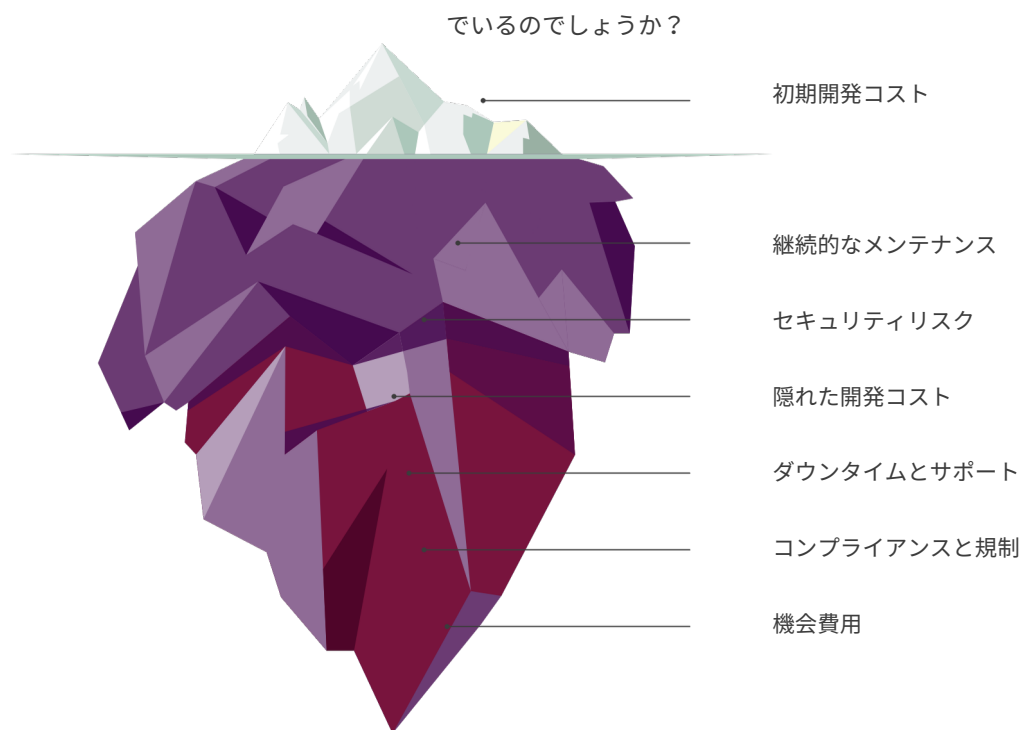
B2Bコマース特有のニーズを過小評価しないでください。複雑な価格設定、発注、フルフィルメントプロセスの処理において不十分な可能性のあるB2C中心のプラットフォームには注意してください。



コストの比較

ニーズにぴったり合ったカスタムビルドのB2B Eコマースプラットフォームというアイデアは魅力的に思えるかもしれませんが、それにはプロジェクトが始動する前に頓挫しかねない隠れたコストや複雑さが伴うことがよくあります。現実的に考えましょう。堅牢なEコマースソフトウェアを構築することは、気の弱い人（または予算の少ない人）向けではありません。

冰山を想像してみてください。あなたに見えるのはその先端、つまり初期開発コストです。しかし、水面下には何が潜



これらの重要な質問を自問してみてください：

あなたはIT企業ですか？複雑なソフトウェアの構築には、専門的な知識とリソースが必要です。ソフトウェア開発が中核事業でない限り、中核となる能力からリソースや資本を逸らすことは、収益に損害を与える可能性があります。

隠れたコストを負担できますか？初期費用だけでなく、メンテナンス、セキュリティ、アップデート、コンプライアンスといった長期的な費用も考慮してください。これらは初期投資を上回ることが多く、予期せず膨れ上がる可能性があります。

あなたのチームは長期戦に備えていますか？成功するEコマースソリューションの構築と維持には、開発者やセキュリティ専門家から法務・コンプライアンスの専門家まで、専門スキルを持つ専任チームが必要です。そのようなチームを長期的に構築し、維持する準備はできていますか？

一方、ベンダー製のソリューションは、B2B Eコマースのプレゼンスを立ち上げるための、より速く、費用対効果が高く、リスクの少ない方法を提供します。しかし、もしこの力を活用しつつ、独自のニーズに合わせてソリューションを調整する能力を維持できるとしたらどうでしょうか？

ハイブリッドアプローチがその答えかもしれません。車輪の再発明をするのではなく、特定のB2B要件に対する強力な基盤として機能するカスタマイズ可能なプラットフォームを提供する信頼できるベンダーと提携することを検討してください。これにより、あなたは最も得意なこと、つまりビジネスの運営に集中することができます。



ハイブリッドの力：柔軟なB2B Eコマースプラットフォームのカスタマイズ

ゼロから構築する複雑さと、厳密な既製ソリューションの潜在的な制限との間で選択を強いる代わりに、魅力的な第3の選択肢があります。それは、柔軟なB2B Eコマースプラットフォームをカスタマイズすることです。

このハイブリッドアプローチは、両方の長所を提供します。つまり、独自のB2Bニーズに合わせて調整された、堅牢なベンダー製の基盤です。信頼できるベンダーの専門知識とリソースを活用しながら、特定の要件に合わせてプラットフォームを微調整し、適応させる能力を維持できます。

まずは、譲れない条件に合致するコアB2B機能を持つベンダーを特定することから始めましょう。

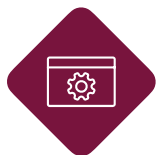
考慮すべき点：

- 詳細なアクセス制御と権限を備えた堅牢なアカウント管理、
- 複数組織、複数ウェブサイト、多言語対応機能
- 洗練された価格設定構造、パーソナライズされたカタログ、複数のショッピングリスト
- 複数の倉庫をサポートする合理化された注文・在庫管理
- 既存の技術スタック（CRM、ERP、PIMなど）との強力な統合
- Eメールオートメーションやセグメント別レポートなどの高度なマーケティング・販売ツール
- 妥協のないセキュリティ機能とカスタマイズのための堅牢なAPI

B2Bに特化したプラットフォームは、ゼロから構築することを検討したかもしれない機能の70～80%を提供すべきです。これにより、独自のニーズに集中し、すぐに使える状態でそれらのニーズに密接に合致するベンダーソリューションを見つけることができます。その結果は？ビジネスの進化に合わせて微調整やカスタマイズが可能な、成長のための基盤です。



なぜこのハイブリッドアプローチがしばしば勝利の戦略となるのか？



リソースの最適化

ゼロからの構築は時間、資金、人手を消耗します。ベンダーの専門知識を活用することで、ビジネスを真に差別化するものに集中できます。



俊敏性と適応性

B2Bの状況は絶えず進化しています。カスタマイズ可能なプラットフォームにより、新しい市場のトレンド、顧客の要求、技術の進歩に適応できます。



投資の将来性確保

B2B機能を追加したB2C中心のプラットフォームの制限を避けてください。専用に構築されたB2Bソリューションは、長期的な成長をサポートするためのスケーラビリティと柔軟性を提供します。

カスタマイズとオープンな統合を受け入れるベンダーを選ぶことで、両方の長所を得ることができます。つまり、独自のB2Bニーズに合わせた堅牢で信頼性の高いプラットフォームです。

以下の表を使用して、Eコマースソフトウェアの選択肢を比較してください

要件	ビルド	買う	カスタマイズ
あなたは小規模事業者です。	-	✓	-
予算が限られています。	-	✓	✓
統合の対応はしたくない。	-	✓	-
導入スピードと迅速な市場投入が優先事項です。	-	✓	✓
複雑な企業階層があります。	✓	-	✓
顧客、価格、サプライチェーンに関する複雑なワークフローがあります。	✓	-	✓
見積もり、契約、注文承認を管理する必要があります。	✓	-	✓
複数のチェックアウト、支払い、配送オプションが必要です。	✓	-	✓
異なる市場、地域、業種で事業を展開しています。	✓	-	✓
発注や配送に制限のある、規制の厳しい業界にいます。	✓	-	-
開発とライセンスを完全にコントロールしたい。	✓	-	✓



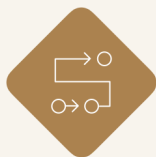
ビルドかバイかを超えて： OroCommerceの紹介

カスタムソリューションの柔軟性を望みながらも、ゼロからの構築が困難に感じられる場合、より賢明な代替案があります。それがOroCommerceです。これは、今日堅牢なソリューションを必要とし、明日成長するためのスケーラビリティを求める意欲的なB2Bビジネスにとって理想的なプラットフォームです。

OroCommerceが他と違う理由

OroCommerceは、中堅・大手企業の複雑なニーズに特化して設計されたB2BファーストのEコマースプラットフォームです。私たちは、製造業者、販売業者、小売業者、ブランドが、独自のワークフローや販売モデルに適応できるソリューションを提供することで、その力を引き出します。

OroCommerceが際立っている理由は次のとおりです：



B2Bの複雑さに対応した設計

法人アカウント管理やカスタマイズ可能な価格設定から、複数のショッピングリストや詳細な注文ワークフローまで、OroCommerceはB2Bコマースの複雑な問題を容易に処理します。



究極の柔軟性とカスタマイズ性

プラットフォームをあなたの正確な要件に合わせてください、その逆ではありません。OroCommerceの柔軟なアーキテクチャは、スケーリング、イノベーション、そして時代の先を行く力を与えます。



将来も安心のテクノロジー

私たちは継続的なイノベーションに取り組んでいます。定期的なアップデートにより、最新の業界トレンド、セキュリティ強化、顧客体験のベストプラクティスから利益を得ることができます。



構築か購入か？B2B電子商取引の選択肢を探る —
OroCommerceでの最適な戦略

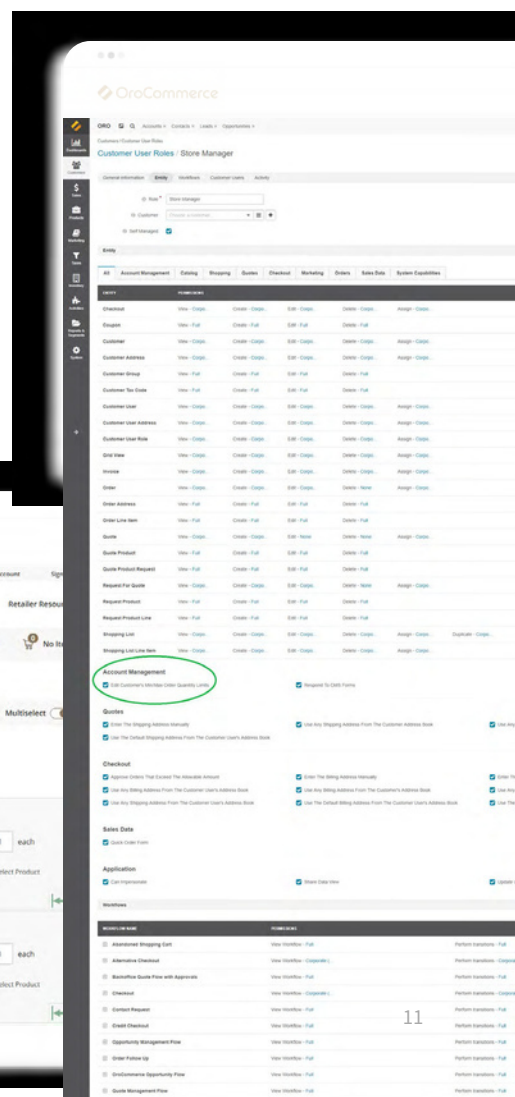
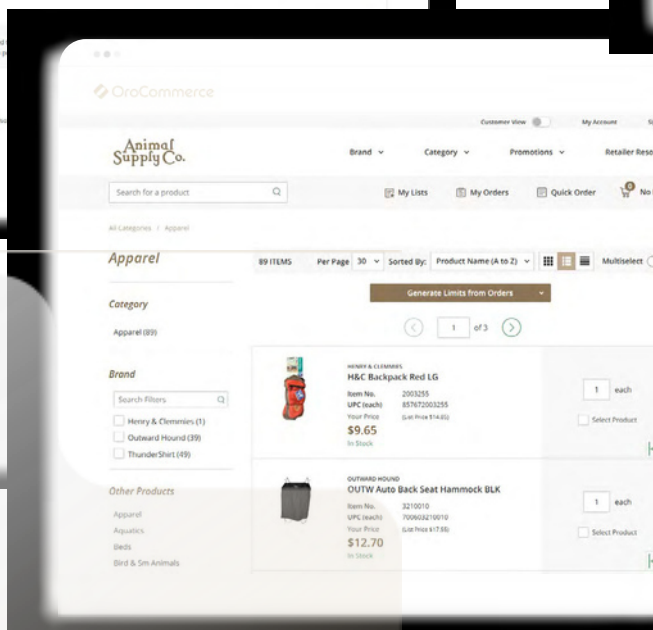
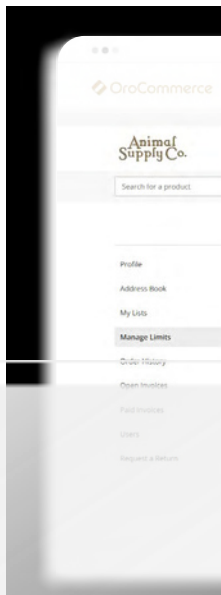
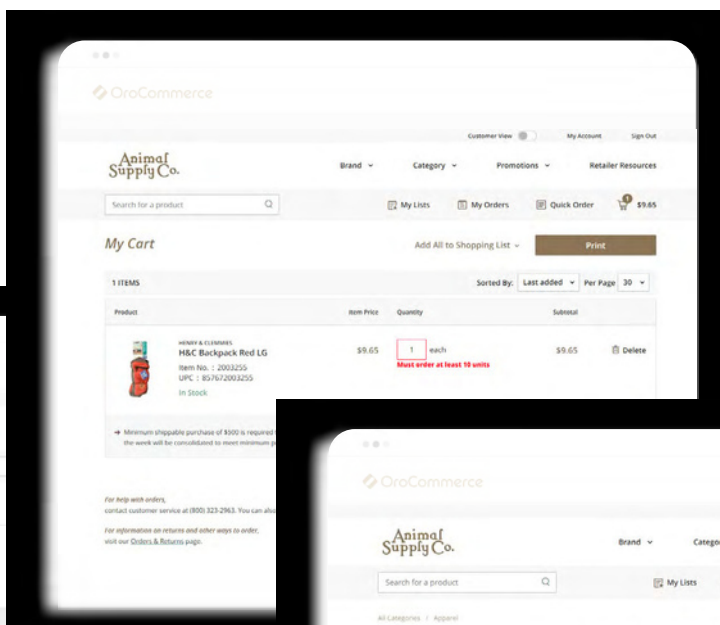
OroCommerceの実際の活用例 をいくつか見てみましょう：

Animal Supply Co.

Animal Supply

Animal Supplyは1987年に設立され、ペットフード用品および流通のリーダーであり続けており、15,000以上の小売店を顧客として誇っています。彼らは、小売業者に応じた複雑なロジックや制限に対応できる洗練されたソリューションを必要としていました。

Animal Supplyは、複数のWHMやERPに接続するためのヘッドレスEコマースプラットフォームとしてOroCommerceを導入し、ビジネス顧客がフロントエンド体験をより自由に設計できるようにしました。現在、彼らのシステムは月間40万件以上の注文を処理しています。





構築か購入か？B2B電子商取引の選択肢を探る —
OroCommerceでの最適な戦略



SALTWORKS

Saltworks

Saltworksは米国最大の塩メーカーであり、卸売業者、レストラン、グルメ小売店などの卸売顧客や個人消費者に供給しています。Saltworksは、B2B顧客にパーソナライズされた購買体験を提供すると同時に、B2C販売も管理するためにOroCommerceに投資しました。

彼らはウェブサイトを次のように改善しました：

- カスタマイズされたB2Bの注文および再注文機能。
- LTL、UPS、貨物見積もり、自己手配の配送方法に対応するための、B2B顧客向けの柔軟なチェックアウト。
- Amazonとの統合により、B2CクライアントがAmazonで商品を購入し、PayPalで支払うことが可能に。
- ダウンロード可能な仕様書や製品証明書を備えた詳細な製品ページ。



Dunlop

Dunlop Protective Footwearは、産業顧客向けの保護靴を製造するグローバルメーカーです。オランダ、ポルトガル、メリーランド州に製造施設を運営し、75カ国以上で製品を販売しています。デジタル化への取り組みの一環として、Dunlopは実装パートナーであるSmileと共にOroCommerceを展開し、10週間足らずで12カ国に複数のオンラインストアを立ち上げました。

デジタルコマースプロジェクトにおいて、Dunlopは関連性の高い製品やプロモーションで顧客体験をパーソナライズすることに重点を置きました。

その結果、Dunlopは売上を40%増加させると同時に、スタッフの毎月の定型業務を300時間以上削減しました。

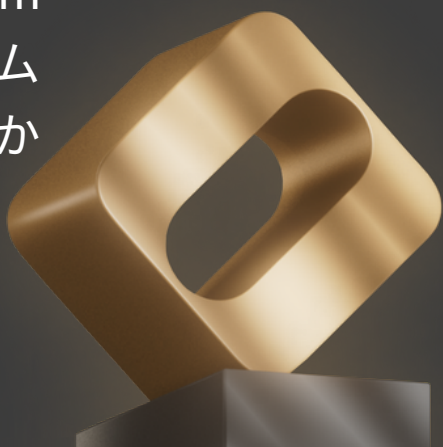


OroCommerceは、構築か購入かという誤った二分法を排除します。これは、既製プラットフォームのスピードと効率性を備えたカスタムソリューションの力です。

あなたのB2B Eコマースのビジョンを実現する準備はできましたか？

OroCommerce および Ekino Vietnam
と連携して、適切なプラットフォーム
がビジネスをどのように変革できるか
をご確認ください。

デモを予約する >



This document was translated by
本書は、英語の原文報告書より



from the original English report
が翻訳したものです。



OroCommerce

B2B専用Eコマースプラットフォーム