QuotWay

Wie Sie eine Shopify-B2B-App bewerten

53 herstellerneutrale Fragen für Agenturen und Solution Architects

B2B-Angebote auf Shopify
Stand 2026-10-23

Aus **www.quotway.com/de/blog/shopify-b2b-app-evaluation-checklist**

So führen Sie die Bewertung durch

1. Beantworten Sie zuerst aus der Dokumentation. Eine App, die ihre Datenaufbewahrung, ihre API-Version und ihr Verhalten bei der Deinstallation dokumentiert hat, hat darüber nachgedacht; eine, die es nicht hat, antwortet im Verkaufsgespräch aus dem Gedächtnis.
2. Installieren Sie auf einem Entwicklungsshop. Entwicklungsshops sind kostenlos und B2B-fähig, und App-Abonnements darauf sind Testbuchungen, sodass jede „Tut sie das wirklich?“-Frage unten ohne den Shop des Kunden geprüft werden kann. Legen Sie zwei Unternehmen, drei Standorte, zwei Kataloge mit einem überlappenden Produkt, einen Standort mit Netto 30 und einen mit Checkout nur als Bestellentwurf an.
3. Stellen Sie die übrigen Fragen schriftlich und bewahren Sie die Antworten beim Projekt auf. Die Antwort auf „Was wird bei der Deinstallation gelöscht?“ gehört ins Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten des Kunden, nicht in einen Chat. Ist eine App gewählt, ist der Testplan mit 50 Tests das, was vor dem Livegang durchlaufen wird.

A. Native Passung

Der teuerste Fehler ist eine App, die etwas nachbaut, das Shopify bereits besitzt. Was in Shopify bleibt und was in die Angebotsebene gehört ist die Begründung; das hier sind die Fragen.

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
Nutzt sie Shopify-Unternehmen, Unternehmensstandorte und Unternehmenskontakte als Kundenmodell oder eigene „Konten“?	Kataloge, Zahlungsziele, Steuerbefreiungen und Checkout-Einstellungen hängen alle am Shopify-Standort; ein paralleles Kontomodell dupliziert jedes davon	Legen Sie ein Unternehmen im Shopify-Admin an und prüfen Sie, ob die App es ohne Neueingabe zeigt; suchen Sie nach Unternehmens- und Standort-IDs in den Datensätzen oder Exporten der App
Liest sie den Katalogpreis des Standorts, statt eine Preisliste zu führen?	Ein Standort kann mehrere Kataloge haben: Ein direkt zugewiesener Standortkatalog schlägt einen Marktkatalog, und unter Gleichen zeigt Shopify den niedrigsten; Mengenpreise fixieren einen Preis und entfernen den prozentualen Abschlag des Katalogs. Eine Kopie kann nichts davon wissen	Geben Sie einem Testprodukt zwei Katalogpreise für einen Standort und prüfen Sie den Preis, von dem die App ausgeht; fragen Sie, ob die Preise beim Anfragen über `contextualPricing` aufgelöst werden

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
Wird ein angenommenes Angebot zu einem nativen Bestellentwurf für das Unternehmen, mit Standort und Kontakt des Käufers darauf?	Ein mit `purchasingEntity` angelegter Bestellentwurf übernimmt die Zahlungsziele und Checkout-Einstellungen des Standorts; einer für die Person nicht	Wandeln Sie ein Testangebot um und öffnen Sie den Bestellentwurf im Admin: Unternehmen, Standort und Kontakt sollten darauf stehen, nicht nur ein Kunde
Erreicht der vereinbarte Preis die Position des Bestellentwurfs, oder täuscht die App ihn mit einem Rabatt vor?	Ein verhandelter Stückpreis gehört in `priceOverride` auf der Position; ein Rabattcode verändert das Reporting und lässt sich entfernen	Wandeln Sie ein Angebot mit verhandeltem Preis um und lesen Sie den Bestellentwurf: Positionspreis gegenüber angewandten Rabatten
Wendet sie die Shopify-Zahlungsziele des Standorts an oder führt sie eigene?	Zahlungsziele werden von Shopify eingezogen; eigene „Zahlungsziele“ einer App sind ein zweites Forderungssystem	Prüfen Sie die Zahlungsziele des umgewandelten Bestellentwurfs gegen die Einstellung des Standorts
Funktioniert sie auf Basic, Grow und Advanced, oder prüft sie auf Plus?	B2B ist seit dem 2. April 2026 in jedem Tarif; eine App, die auf den Tarifnamen statt auf die Fähigkeit prüft, ist veraltet	Installieren Sie auf einem Nicht-Plus-Entwicklungsshop mit aktiviertem B2B und probieren Sie die unternehmensbezogenen Funktionen
Bietet sie Anzahlungen nur dort an, wo Shopify es tut?	Anzahlungen sind eine Plus-Funktion (`DraftOrderInput.deposit`); eine App, die Anzahlungen auf einem Basic-Shop verspricht, verspricht etwas, das Shopify nicht einziehen kann	Fragen Sie, wo die Anzahlung eingezogen wird; die einzig richtige Antwort ist der Shopify-Checkout auf dem Bestellentwurf, und nur auf Plus
Wird die Produktberechtigung – welche Produkte angefragt werden dürfen, in welcher Menge – auf dem Server durchgesetzt oder nur im Shop versteckt?	Eine versteckte Schaltfläche ist keine Regel; ein Käufer mit einer URL kann alles einreichen	Reichen Sie eine Anfrage für ein ausgeschlossenes Produkt ein, indem Sie die Formularanfrage im Netzwerk-Tab des Browsers bearbeiten; der Server sollte ablehnen
Kann eine Position, die keine Variante ist – ein Sondermaß, eine Dienstleistung, eine Einrichtungspauschale –, mit eigenem Preis, Steuer- und Versandkennzeichen ergänzt werden, und erreicht sie den Bestellentwurf als freie Position?	Echte Angebote haben Positionen, die der Katalog nicht hat; ein Bestellentwurf unterstützt freie Positionen mit genau diesen Kennzeichen	Fügen Sie eine in einem Testangebot hinzu und wandeln Sie um; prüfen Sie, dass die Position im Bestellentwurf keine Variante hat und die Kennzeichen trägt

B. Shop

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
Ist die Shop-Integration eine Theme App Extension – App-Blöcke in Sections, App-Embed-Blöcke für Overlays – oder in die Theme-Dateien eingeschleuster Code?	Extensions werden vom Händler im Theme-Editor hinzugefügt und entfernt und hinterlassen nichts; eingeschleuster Code muss von Hand entfernt werden und bricht bei Theme-Wechseln	Schauen Sie im Theme-Editor unter Apps in einer Section und unter Theme-Einstellungen > App-Embeds; durchsuchen Sie dann die Liquid-Dateien des Themes nach dem Namen der App
Ist das App-Embed nach der Installation aktiviert, und weiß der Händler das?	App-Embed-Blöcke sind „nach der Installation einer App deaktiviert“ und müssen im Theme-Editor eingeschaltet werden; eine App, die am ersten Tag kaputt wirkt, ist meist das	Installieren Sie und prüfen Sie Theme-Einstellungen > App-Embeds, bevor Sie irgendetwas anfassen
Was lädt sie auf jeder Seite, und wie schwer ist es?	Shopifys empfohlene Grenzen für eine Theme App Extension sind 10 KB komprimiertes JavaScript und 100 KB CSS; Built for Shopify verlangt, dass eine App „den Lighthouse-Performance-Score des Shops um nicht mehr als zehn Punkte senkt“	Öffnen Sie eine Produktseite mit dem Netzwerk-Tab, gefiltert auf die Domain der App; führen Sie Lighthouse mit blockierten und freigegebenen Dateien der App aus, über mehrere Runden – die Methode, mit einem Beispiel aus 42 Läufen
Überlebt sie ein Theme-Update oder den Wechsel zu einem neuen Theme?	App-Blöcke werden je Section platziert, ein neues Theme startet also ohne sie; App-Embeds werden je Theme im Theme-Editor eingeschaltet. Was in Theme-Dateien eingeschleust wurde, kommt gar nicht mit	Duplizieren Sie das Theme, veröffentlichen Sie die Kopie und prüfen Sie, was noch funktioniert; probieren Sie dann ein frisches Theme
Was passiert bei einem Headless-Shop?	Theme App Extensions sind Liquid, gerendert vom Onlineshop; ein Hydrogen- oder Individual-Shop rendert keine davon. Headless-B2B läuft über die Storefront API, kontextualisiert mit dem Token des Käufers und `companyLocationId`, die App braucht also einen eigenen API- oder Komponentenpfad	Fragen Sie nach der Headless-Integrationsanleitung; lautet die Antwort „unser App-Block“, gibt es keine
Funktioniert der Anfragepfad ohne JavaScript, und ist er barrierefrei?	Eine Angebotsanfrage ist ein Formular; ein Formular, das nur in JavaScript existiert, scheitert für assistive Technologien und bei blockierten Skripten	Senden Sie eine Anfrage mit deaktiviertem JavaScript; prüfen Sie das Formular auf Barrierefreiheit

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
Wenn sie Preise ausblendet: welche Ebene?	Ein visuelles Ausblenden tauscht das Preiselement gegen eine Schaltfläche und lässt die Zahl in Quelltext, Meta-Tags und strukturierten Daten; ein suchmaschinensicheres Ausblenden hält sie aus dem HTML heraus, das ein abgemeldeter Besucher erhält, und das braucht eine einmalige Theme-Änderung, weil eine App das Markup des Themes nicht entfernen kann	Sehen Sie sich den Quelltext einer Produktseite als abgemeldeter Besucher an und suchen Sie nach dem Preis; fragen Sie, wie die App das Ausblenden verifiziert

C. Kundenkonten und der Käufer

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
Setzt sie die aktuellen Kundenkonten voraus, und was macht sie in einem Shop, der sie nicht aktiviert hat?	Klassische Kundenkonten wurden am 26. Februar 2026 abgekündigt und haben B2B nie unterstützt; die Käufererfahrung lebt jetzt in den aktuellen Konten oder auf einer gehosteten Seite, die die App bereitstellt	Fragen Sie, was ein Shop ohne aktivierte Kundenkonten bekommt; die ehrlichen Antworten sind „ein gehostetes Portal“ oder „nichts“
Ist die Erfahrung im Konto eine Customer Account UI Extension?	Extensions laufen innerhalb von Shopifys Konto (Bestellübersicht, Bestellstatus, Profil, ganze Seite) unter Shopifys Anmeldung, mit einer Bundle-Grenze von 64 KB komprimiert (128 KB für eine ganze Seite); alles andere ist ein Link nach draußen	Melden Sie sich als Testkäufer an und sehen Sie, ob die Seite der App im Konto liegt oder auf einer anderen Domain; die Oberflächen und ihre Grenzen stehen in Ein Shopify-B2B-Portal auf Kundenkonten bauen
Was bekommt ein Gast?	Natives B2B zeigt Preise nur einem Kontakt, der einem Standort zugeordnet ist; Käufer, die fragen, bevor sie ein Konto haben, sind der Anfang des Trichters	Fragen Sie ein Angebot abgemeldet an; prüfen Sie, wie der Käufer erreicht wird und ob das Angebot einem Kunden zugeordnet wird, sobald es einen gibt
Versteht sie einen Käufer mit mehreren Standorten?	Ein Kontakt mit drei Standorten wählt vor dem Checkout einen; ein Angebot muss zu einem Standort gehören, nicht zur Person	Geben Sie einem Testkontakt zwei Standorte und fragen Sie von jedem aus ein Angebot an
Kann der Käufer seine Angebots- und Bestellhistorie an einem Ort sehen?	Käufer bestellen aus der Historie nach; eine App, die die Historie dort ablegt, wo der Käufer nie hinkommt, ist unsichtbar	Prüfen Sie die Kontoseite des Käufers nach der Umwandlung auf Angebot und resultierende Bestellung

D. Daten, Datenschutz und Lebenszyklus

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
Welche Daten speichert sie, und in welcher Region?	Name, Adresse, E-Mail und Telefon sind geschützte Kundendaten; wo sie liegen, ist für den Kunden eine Vertragsfrage	Lesen Sie die Datenschutzerklärung und die Liste der Unterauftragsverarbeiter; fragen Sie nach der Region
Ist sie für geschützte Kundendaten freigegeben, und auf welcher Stufe?	Shopify prüft öffentliche Apps, bevor es den Zugriff gewährt; Stufe 2 (Name, Adresse, Telefon, E-Mail) verlangt verschlüsselte Backups, getrennte Umgebungen, Zugriffsprotokollierung und eine Richtlinie für Sicherheitsvorfälle	Fragen Sie nach dem Zugriffsstatus im Partner Dashboard und der Stufe; eine App, die es nicht weiß, hat es nicht getan
Wie lautet die Aufbewahrungsrichtlinie, und kann der Händler sie ändern?	Anhänge und erzeugte Dokumente sammeln sich an; eine Aufbewahrungsfrist ist eine Datenschutzmaßnahme, keine Speicherkostenfrage	Lesen Sie die Doku zur Aufbewahrung; prüfen Sie, ob Dateien nach einem Zeitplan gelöscht werden
Kann der Händler alles exportieren?	Der Kunde wird eines Tages gehen; Angebote, Versionen und Freigaben sollten mit ihm gehen	Führen Sie den Export auf dem Entwicklungsshop aus und öffnen Sie ihn
Was wird gelöscht, wenn `shop/redact` eintrifft, und wann?	Shopify sendet `shop/redact` 48 Stunden nach der Deinstallation, und die App muss die Daten des Shops löschen; manche Apps halten vorher eine Wiederherstellungsfrist ein	Fragen Sie nach dem genauen Verhalten und der Frist; es sollte zur Doku passen
Wie geht sie mit `customers/redact` und `customers/data_request` um?	Der Redact-Webhook kommt 10 Tage nach einer Löschanfrage oder sobald seit der letzten Bestellung des Kunden sechs Monate vergangen sind; die App hat 30 Tage Zeit. Jede App im App Store muss alle drei implementieren	Fragen Sie, was bei einer Kundenlöschung entfernt wird und was eine Datenanfrage zurückgibt
Werden hochgeladene Dateien validiert?	Ein Angebotsanhang ist ein Upload eines nicht authentifizierten Käufers	Fragen Sie, was geprüft wird; Typ- und Active-Content-Validierung ist die ehrliche Antwort, und eine Behauptung, es werde auf Schadsoftware gescannt, sollte den Namen des Scanners mitbringen

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
Gibt es einen Auftragsverarbeitungsvertrag und eine Liste der Unterauftragsverarbeiter?	Die eigene Datenschutzerklärung des Kunden muss sie nennen	Fragen Sie vor dem Vertrag nach beidem

E. API und Zuverlässigkeit

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
GraphQL Admin API oder Legacy-REST?	Die REST Admin API „ist seit dem 1. Oktober 2024 eine Legacy-API“, und seit dem 1. April 2025 müssen neue öffentliche Apps ausschließlich GraphQL nutzen; neuere B2B-Felder erscheinen zuerst in GraphQL	Fragen Sie, welche API die App heute nutzt, nicht welche sie plant
An welche API-Version ist sie gebunden, und wie aktualisiert sie?	Shopify veröffentlicht jedes Quartal eine Version und unterstützt jede mindestens 12 Monate; eine nicht unterstützte Version „fällt vorwärts“ – ohne Hinweis. Die App sollte ihre Version und ihren Aktualisierungstakt nennen	Fragen Sie nach der aktuellen Version; prüfen Sie sie gegen Shopifys Versionstabelle: Am 7. Oktober 2026 sind 2026-01, 2026-04, 2026-07 und 2026-10 die stabilen Versionen, und 2025-10 verliert am 16. Oktober 2026 den Support
Wie verhält sie sich bei Drosselung?	Die Admin API erlaubt 100 Punkte pro Sekunde auf Standard, 200 auf Advanced, 1.000 auf Plus und 2.000 auf Commerce Components, mit einer Obergrenze von 1.000 Punkten je Abfrage; ist das Kontingent leer, kommt ein HTTP 200 mit dem Fehlercode `THROTTLED` zurück – Shopifys Gegenstück zu einem 429; eine Massenaktion, die `throttleStatus` ignoriert, legt auch die anderen Apps des Shops lahm	Fragen Sie, wie Massenaktionen und Synchronisierungen zurückweichen; achten Sie in der Antwort auf `throttleStatus` - bewusste Wiederholungen

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
Von welchen Webhooks hängt sie ab, und was passiert, wenn einer verpasst wird?	Shopify wiederholt eine fehlgeschlagene Zustellung „8 Mal über die nächsten 4 Stunden“ und löscht dann das Abonnement, wenn es über die Admin API angelegt wurde; die Zustellung „ist nicht immer garantiert“. Seit API 2026-10 bietet Shopify außerdem Events an, seinen Nachfolger der klassischen Webhooks – fragen Sie, welches von beiden die App nutzt; beide brauchen denselben Abgleich. Eine App, die nur über `orders/create` von bezahlten Bestellungen erfährt, wird eines Tages eine verpassen	Fragen Sie, ob es einen Abgleichsjob gibt, der regelmäßig von Shopify abruft, wie Shopifys eigene Empfehlung lautet
Werden Webhook-Zustellungen verifiziert und dedupliziert?	HMAC-Prüfung und das Ignorieren von Wiederholungen über `X-Shopify-Webhook-Id` sind das Minimum; ein doppelt verarbeitetes `orders/create` kann ein Angebot zweimal als bezahlt markieren	Fragen Sie direkt; es ist ein Ja/Nein mit einem Header-Namen darin
Ist die Umwandlung von Angebot zu Bestellung idempotent?	Eine wiederholte Anfrage oder ein zweiter Worker kann zwei Bestellentwürfe für eine Annahme anlegen; die Lösung ist ein Idempotenzschlüssel je Umwandlung und eine Sperre vor `draftOrderCreate`	Lösen Sie auf dem Entwicklungsshop eine Umwandlung zweimal kurz hintereinander aus und zählen Sie die Bestellentwürfe
Ist die Admin-Oberfläche mit der neuesten App Bridge und Sitzungstoken eingebettet?	Shopify verlangt Sitzungstoken (heute ID-Token genannt) für eingebettete Apps und bittet Entwickler, „Drittanbieter-Cookies oder Local Storage zu vermeiden“; Built for Shopify verlangt die neueste App Bridge	Öffnen Sie die App in einem Inkognito-Fenster mit blockierten Drittanbieter-Cookies
Welche Zugriffsbereiche fordert sie an, und warum jeden?	App-Store-Anforderung 3.2 lautet, nur nötige Scopes anzufordern; `write_orders` und `read_all_orders` brauchen einen Grund	Lesen Sie die Scope-Liste auf dem Installationsbildschirm und fragen Sie nach dem Grund je Scope
Wie integriert sich der Kunde mit ihr? Shopify-Flow-Trigger und -Aktionen, eine eigene API, ausgehende Webhooks – und was genau stellt jedes davon bereit?	Die ERP- und CRM-Fragen werden hier beantwortet; „wir haben Flow“ bedeutet nichts ohne die Liste der Trigger und ihrer Felder	Fragen Sie nach der Referenzseite, die jeden Trigger, jede Aktion und jedes Feld auflistet; prüfen Sie dann die drei Türen in ERP-, CRM- und PIM-Anbindung – was die umgewandelte Bestellung trägt, was Flow trägt, was auf eine API wartet

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
Wenn sie Checkout- oder Kundenkonto-Extensions hat: was rufen sie ab, und wie schnell?	Eine Extension, die das Backend der App aufruft, verlängert die Wartezeit der Käuferin um diesen Aufruf; die einzige Checkout-Geschwindigkeitszahl von Built for Shopify gilt für die Versandtarif-Anfragen von Versand-Apps (p95 von 500 ms oder weniger), für alles andere muss der Anbieter selbst messen	Fragen Sie nach dem p95 der Backend-Aufrufe der Extension; er wird gemessen, nicht geschätzt

(Korrigiert am 7. Oktober 2026: Dieser Abschnitt sagte zuvor, eine gedrosselte Anfrage bekomme ein 429 – die GraphQL Admin API antwortet stattdessen mit HTTP 200 und dem Fehlercode `THROTTLED` –, und wandte die 500-ms-Regel von Built for Shopify auf alle Checkout-Anfragen an, obwohl sie die Versandtarif-Anfragen von Versand-Apps betrifft.)

F. Betrieb

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
Kann ein Vertriebler einen freigabepflichtigen Preis senden, ohne die Freigabe zu erhalten?	Eine „Freigabe erforderlich“, die nur ein Hinweis in der Oberfläche ist, ist keine Kontrolle; die Prüfung muss im Sendepfad auf dem Server laufen, damit auch eine Automatisierung sie nicht überspringen kann	Konfigurieren Sie eine Richtlinie auf dem Entwicklungsshop und versuchen Sie, aus einem Vertriebskonto zu senden; versuchen Sie es dann über jede Automatisierung, die die App bietet
Kann ein Vertriebler sein eigenes Angebot freigeben?	Funktionstrennung ist das Erste, was ein Prüfer fragt	Machen Sie den Vertriebler zum Freigebenden und testen Sie
Lassen sich Freigabelimits und Eskalation abbilden?	„Bis 10 Prozent, dann ein Manager“ ist die übliche Richtlinie	Konfigurieren Sie es; kann die App es nicht, ist das die Antwort
Hört der Annahme-Link auf zu funktionieren, wenn das Angebot abläuft?	Ein abgelaufenes Angebot, das noch angenommen werden kann, ist ein Preisloch	Setzen Sie auf dem Entwicklungsshop einen Ablauf von einem Tag und probieren Sie den Link am nächsten Tag
Sind Angebote versioniert und nach dem Versand unveränderlich?	Das Dokument, das der Käufer erhalten hat, ist ein kaufmännischer Beleg; eine App, die ein gesendetes Angebot vor Ort bearbeitet, kann nicht sagen, was vereinbart war	Senden, dann bearbeiten versuchen; die App sollte eine neue Version oder ein Gegenangebot erzwingen
Gibt es ein Prüfprotokoll mit Akteur und Zeitstempel für jede Statusänderung?	„Wer hat diesen Preis freigegeben?“ ein Jahr später (was dieser Nachweis braucht)	Führen Sie als zwei Nutzer fünf Aktionen aus und lesen Sie das Protokoll

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
Wie bilden sich Rollen auf Shopify-Mitarbeitende ab?	Shopifys Berechtigungen für Vertriebsmitarbeitende regeln, welche Unternehmensdatensätze ein Vertriebler sieht; die Rollen der App entscheiden, was er mit einem Angebot tun darf; beides sollte sich ergänzen, nicht widersprechen	Beschränken Sie einen Shopify-Mitarbeitenden auf einen Standort und prüfen Sie, was die App ihm zeigt
Was steht auf den Dokumenten?	Bestellnummer, Zahlungsziele, Ablauf, Positionspreise, die Versionsnummer; ein Unterschriftsfeld, wenn der Kunde eines braucht	Erzeugen Sie das PDF auf dem Entwicklungsshop und prüfen Sie die Felder gegen die Anforderungen des Kunden
Kann ein Käufer einige Positionen annehmen und den Rest offen lassen, und was enthält die Bestellung dann?	Geschäfte mit mehreren Positionen werden selten als Ganzes abgeschlossen	Nehmen Sie im Test zwei von vier Positionen an und lesen Sie den Bestellentwurf
Wie sieht das Supportmodell aus?	Zeiten, Kanal, Reaktionsziel, eine Statusseite, und ob der Notfallkontakt des Entwicklers aktuell ist	Lesen Sie das Listing und fragen Sie

G. Kommerzielles

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
Welche Funktionen liegen in welchem Tarif, und folgt die Freischaltung Shopifys Fähigkeit oder dem Tarifnamen?	Der Tarif des Kunden und der Tarif der App sind zwei verschiedene Schranken; beide sollten explizit sein	Lesen Sie die Preisseite; prüfen Sie dann auf einem Nicht-Plus-B2B-Entwicklungsshop
Ist sie Built for Shopify, und wissen Sie, was das belegt?	Das Abzeichen verlangt die Performance-Regel oben, Web Vitals im Admin beim p75 (LCP 2,5 s, CLS 0,1, INP 200 ms), mindestens 50 Netto-Installationen aus aktiven Shops auf bezahlten Tarifen, mindestens fünf Bewertungen und die neueste App Bridge. Es belegt technische Hygiene und etwas Verbreitung; den B2B-Funktionsumfang bewertet es nicht	Prüfen Sie das Abzeichen im Listing; gehen Sie dann trotzdem den Rest dieser Liste durch
Lässt sich der ganze Aufbau auf einem Entwicklungsshop beweisen, bevor der Kunde zahlt?	Ein Agenturaufbau dauert länger als ein Test im Live-Shop	Fragen Sie, ob die bezahlten Funktionen auf einem Entwicklungsshop laufen

FRAGE	WARUM SIE ZÄHLT	SO PRÜFEN SIE ES
Was bekommen Sie zurück, wenn Sie gehen?	Exportformat, ob Bestellentwürfe und Bestellungen bleiben (sollten sie – sie gehören Shopify), und was die App behält	Führen Sie den Export aus; lesen Sie die Doku zur Deinstallation

QuotWay

Woher das stammt

Dieses Arbeitsblatt ist ein Auszug aus einem längeren Leitfaden. Die vollständige Fassung - mit Begründung, Sonderfällen und der Shopify-Einrichtung - steht im QuotWay-Blog und wird aktuell gehalten.

Der vollständige Leitfaden www.quotway.com/de/blog/shopify-b2b-app-evaluation-checklist

QuotWay B2B-Angebote, Verhandlung und Freigaben auf Shopify - quotway.com

Tarife Kostenloser Lite-Tarif, keine Karte nötig - quotway.com/pricing

Erstellt von EFOLI. Kopieren, anpassen und intern teilen - dafür ist es gedacht.