QuotWay

Shopify-B2B-Startcheckliste

50 Tests vor dem Livegang, mit erwarteten Ergebnissen

B2B-Angebote auf Shopify
Stand 2026-10-23

Aus **www.quotway.com/de/blog/shopify-b2b-launch-test-plan**

Zuerst die Testumgebung aufbauen

Jeder Test unten setzt diese Umgebung auf einem Entwicklungsshop voraus (kostenlos, B2B-fähig, und App-Abonnements darauf sind Testbuchungen) oder auf einer Kopie des Kundenshops mit dem Zahlungsanbieter im Testmodus. Shopifys Warnung gilt: „Kunden können keine echten Bestellungen aufgeben, solange Ihre Zahlungsanbieter im Testmodus sind“ – führen Sie das also vor dem Livegang oder auf dem Entwicklungsshop aus, nie danach auf dem Live-Shop.

- Zwei Unternehmen. Unternehmen A mit drei Standorten: A1 auf Netto 30, A2 mit „Nur Bestellentwürfe im Checkout zulassen“, A3 mit einer Steuerbefreiung und einer Steuernummer. Unternehmen B mit einem Standort, B1, ohne Zahlungsziele.
- Zwei Kataloge. Katalog 1 zugewiesen an A1, A2 und B1; Katalog 2 nur an A1, mit einem Produkt, das auch in Katalog 1 zu einem anderen Preis liegt. Auf einem Produkt in Katalog 1: ein Minimum von 6, eine Schrittweite von 6 und eine Mengenstaffel bei 24.
- Kontakte. Ein Kontakt auf A1 und A2 (zwei Standorte); ein Kontakt nur auf A3; ein Kontakt auf B1; eine E-Mail-Adresse ganz ohne Konto (der Gast).
- Team. Ein Admin; ein Vertriebler mit „Berechtigungen auf zugewiesene Unternehmensstandorte beschränken“, nur B1 zugewiesen.
- Bestand. Ein Produkt mit Bestandsverfolgung und 2 Stück auf Lager.
- Theme. Das Live-Theme plus ein Duplikat, unveröffentlicht, um Theme-Änderungen zu testen, ohne die Sicht des Käufers zu berühren.
- Zahlungen. Shopify Payments im Testmodus oder das Test-Gateway, damit Checkouts abschließen, ohne dass Geld fließt.
- Falls eine Angebotsebene installiert ist: eine „Angebot anfragen“-Schaltfläche auf Produktseite und im Warenkorb, eine Genehmigungsrichtlinie, die für jeden Rabatt über 10 Prozent eine Freigabe verlangt, und eine Gültigkeit von einem Tag für Angebote.

A. Anmeldung, Konten und Kontext

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
1	B2B-Kontakt meldet sich an	Ein Einmalcode trifft an der E-Mail-Adresse des Kontakts ein; kein Passwort wird verlangt; das Konto zeigt Unternehmens- und Standortinformationen	Im privaten Fenster als A1-Kontakt anmelden
2	Kontakt mit zwei Standorten	Der Käufer wird gebeten, einen Standort zu wählen, bevor Preise erscheinen; der Standortwechsel ändert den Katalog	Als A1/A2-Kontakt anmelden; A1 wählen, einen Preis notieren, zu A2 wechseln, den Preis notieren

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
3	Angemeldeter Kunde ohne Unternehmen	Wird als D2C-Kunde behandelt: Einzelhandelspreise, keine Unternehmensinformationen, kein B2B-Checkout	Mit einem Kunden anmelden, der keinem Standort zugeordnet ist
4	Formular für Kontoanfragen	Das Absenden legt im Admin ein Unternehmen, einen Standort und einen Kunden zur Genehmigung an; der Antragsteller sieht nichts von B2B, bis er genehmigt ist	Das Formular mit der Gast-E-Mail absenden; Unternehmen im Admin prüfen; genehmigen; anmelden
5	Abgemeldeter Besucher	Sieht genau das, was der Shop vorsieht: Einzelhandelspreise oder keine Preise, falls Preise ausgeblendet sind – und wenn das Ausblenden suchmaschinensicher sein soll, auch im Quelltext keinen Preis	Eine Produktseite abgemeldet ansehen; Quelltext anzeigen und nach dem Preis suchen
6	Einladungs-E-Mail	Die B2B-Einladungs-E-Mail kommt an, ist gebrandet, und ihr Link meldet den Kontakt an	Die Einladung von der Unternehmensseite senden; auf einem Telefon öffnen

B. Kataloge und Preise

Schlägt hier eine Zeile fehl, ordnet Warum B2B-Käufer ihre Preise nicht sehen dem Symptom seine Ursache zu.

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
7	Standortpreis	A1 sieht den Preis aus Katalog 1 bei einem Produkt, das nur in Katalog 1 ist; B1 sieht den Preis desselben Katalogs; ein D2C-Kunde sieht den Einzelhandelspreis	Die Produktseite als jeder davon vergleichen
8	Überlappende Kataloge	Beim Produkt in beiden Katalogen sieht A1 den niedrigeren der beiden Preise – beide Kataloge erreichen A1 auf demselben Weg, und unter Gleichen zeigt Shopify den niedrigsten. (Auf Plus würde ein dem Standort direkt zugewiesener Katalog stattdessen einen über den Markt zugewiesenen schlagen: „der spezifischste“ gewinnt vor „dem niedrigsten“)	Als A1 ansehen; mit den zwei Katalogpreisen im Admin vergleichen
9	Mengenregeln	Eine Menge unter 6 oder kein Vielfaches von 6 wird im Warenkorb mit einer Meldung abgelehnt; 6 und 12 werden akzeptiert	Als A1 5, dann 7, dann 6 hinzufügen

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
10	Mengenstaffel	Bei 24 Stück fällt der Positionspreis auf den Staffelpreis; bei 23 nicht; der prozentuale Abschlag des Katalogs gilt für dieses Produkt nicht mehr	23, dann 24 hinzufügen
11	Ausgeschlossenes Produkt	Ein Produkt, das nicht im Katalog des Standorts ist, lässt sich nicht in den Warenkorb legen, auch nicht per URL oder durch Bearbeiten der Anfrage im Browser	Als B1 die Produkt-URL probieren; das Hinzufügen über das Warenkorbformular mit der Varianten-ID probieren
12	Katalogpreisänderung	Eine Preisänderung in Katalog 1 ändert den Shop für A1 beim nächsten Laden; ein bestehender Bestellentwurf mit gesperrtem Preis ändert sich nicht	Den Katalogpreis bearbeiten; als A1 neu laden; den gesperrten Entwurf aus Test 23 öffnen
13	Präsentationswährung	Ein Käufer in einem B2B-Markt mit eigener Währung sieht Preise in dieser Währung, und Bestellentwurf und Bestellung stehen ebenfalls darin	Unternehmen B einem B2B-Markt mit zweiter Währung zuweisen; als B1 ansehen; zur Kasse gehen

C. Checkout

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
14	Checkout mit Zahlungsziel	Der Checkout von A1 zeigt das Zahlungsziel; die Schaltfläche heißt „Absenden“; die Bestellung wird mit dem Status „Zahlung ausstehend“ angelegt; nichts wird belastet	Als A1 zur Kasse gehen
15	Standort nur mit Bestellentwurf	Die Checkout-Schaltfläche von A2 heißt „Zur Genehmigung einreichen“; die Bestellung erscheint auf der Seite Entwürfe, nicht bei Bestellungen; der Käufer sieht sie als ausstehend	Als A2 zur Kasse gehen; Entwürfe öffnen
16	Kein Zahlungsziel	B1 wird nach einer Karte gefragt und klickt „Jetzt bezahlen“; die Testzahlung gelingt; die Bestellung ist bezahlt	Als B1 mit dem Test-Gateway zur Kasse gehen
17	Bestellnummer	Die im Checkout eingegebene Bestellnummer erscheint auf der Bestellung und auf der Bestellstatusseite des Käufers	Als A1 eine Bestellnummer eingeben; die Bestellung im Admin und im Konto öffnen

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
18	Hinterlegte Karte	Eine auf Standortebene gespeicherte Karte wird beim nächsten Checkout ohne Neueingabe angeboten	Als B1 eine Testkarte speichern; erneut zur Kasse gehen
19	Anzahlung (Plus-Shops)	Mit einer Anzahlung am Standort heißt die Schaltfläche „Jetzt absenden“, die Anzahlung wird bezahlt, und die Bestellung zeigt „Teilweise bezahlt“ (oder „Zahlung ausstehend“, je nachdem, ob die Zahlung automatisch oder manuell erfasst wird); der Rest folgt dem Zahlungsziel	Einen prozentualen Anzahlungssatz auf A1 setzen; zur Kasse gehen
20	Beschleunigter Checkout	Die Schaltflächen für Shop Pay, Apple Pay, Google Pay und Amazon Pay werden einem B2B-Käufer nicht angeboten – sie sind mit dem B2B-Checkout inkompatibel	Als A1 auf einem Telefon mit eingerichteter Wallet zur Kasse gehen
21	Nachbestellung	Der Käufer kann eine frühere Bestellung aus dem Konto duplizieren und erreicht den Checkout mit denselben Positionen zu den heutigen Katalogpreisen	Als A1 nach Test 14 nachbestellen

D. Bestellentwürfe

Scheitert eine Bestellentwurfs-Zeile am Preis, ordnet warum ein Angebot zum falschen Preis umgewandelt wird die Abweichung ihrer Ursache zu.

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
22	Admin-Entwurf für einen Standort	Ein im Admin für A1 angelegter Entwurf zeigt ohne Neueingabe die Katalogpreise, Zahlungsziele und Checkout-Einstellungen von A1	Einen Bestellentwurf anlegen, den A1-Kontakt und -Standort wählen
23	Eigener Preis und Sperre	Der Preis einer Position lässt sich überschreiben und sperren; eine spätere Katalogänderung (Test 12) lässt ihn unverändert	Eine Position überschreiben, Preise sperren, dann Test 12 ausführen
24	Bestand reservieren	Wenn der Shop Bestand auf Entwürfen reserviert, verschiebt die Reservierung die Stücke bis zum Ablauf nach „Zugesagt“; das Produkt mit 2 Stück kann von keinem anderen Käufer gekauft werden, solange es reserviert ist	Auf einem Entwurf mit dem 2-Stück-Produkt reservieren; versuchen, es als B1 zu kaufen
25	Rechnung	Das Senden der Rechnung mailt den Unternehmenskontakt; der Link öffnet einen Checkout für den Entwurf; die Zahlung legt die Bestellung an	Die Rechnung aus dem Entwurf senden; mit dem Test-Gateway bezahlen

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
26	Entwurf wird Bestellung	Der abgeschlossene Entwurf erscheint unter Bestellungen mit Bestellnummer, Zahlungsziel und gesperrten Preisen; der Eintrag bei Entwürfen schließt sich	Über die Rechnungszahlung oder „Als bezahlt markieren“ abschließen

E. Steuern und Versand

Schlägt ein Steuertest fehl, verfolgt warum die Steuer im Angebot nicht zur Bestellung passt, welche Eingabe Shopify anders gelesen hat.

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
27	Befreiter Standort	Der Checkout von A3 berechnet keine Steuer auf die befreite Kategorie; die Steuernummer (USt-IdNr. bei einer Adresse in Großbritannien oder der EU mit Shopify Tax) ist am Standort hinterlegt	Als A3-Kontakt zur Kasse gehen; mit A1 vergleichen
28	Nicht befreiter Standort	A1 wird zum Satz der Lieferadresse besteuert; das Ändern der Lieferadresse ändert die Steuer	Als A1 an zwei Adressen zur Kasse gehen
29	B2B-Versandtarife	Die B2B-Käufern gezeigten Tarife sind die vorgesehenen (ein B2B-Versandprofil oder die allgemeinen Tarife), und ein Standort mit editierbarer Lieferadresse kann sie ändern	Tarife als A1 und als D2C-Kunde vergleichen
30	Einmalige Adresse	Ein Standort, dem eine einmalige Lieferadresse erlaubt ist, kann im Checkout eine eingeben; einer, dem es nicht erlaubt ist, nicht	Die Standorteinstellung umschalten; als A1 zur Kasse gehen

F. Die Angebotsebene

Überspringen Sie diesen Abschnitt, wenn der Shop nur mit Katalogen und Bestellentwürfen läuft. Nutzt er eine Angebots-App oder eine Eigenentwicklung, gilt jede Zeile; die Bewertungs-Checkliste erklärt, warum jede zählt.

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
31	Anfrage von einer Produktseite	Die Anfrage eines angemeldeten Käufers kommt mit Produkt, Variante, Menge sowie Unternehmen und Standort des Käufers an; der Käufer erhält eine Bestätigungs-E-Mail, die im Posteingang landet, nicht im Spam	Als A1 anfragen; Anfrage und E-Mail-Header prüfen

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
32	Anfrage aus dem Warenkorb	Ein Warenkorb mit mehreren Positionen wird zu einer Anfrage mit allen Positionen	Als A1 einen Warenkorb füllen; ein Angebot anfragen
33	Gastanfrage	Die Gast-E-Mail kann ohne Konto ein Angebot anfragen, das Angebot über den eigenen Link oder Code der App erreichen und es – nach dem Anlegen eines Kontos – dort sehen	Als Gast anfragen; später mit derselben E-Mail registrieren
34	Durchgesetzte Berechtigung	Ein vom Anbieten ausgeschlossenes Produkt wird vom Server abgelehnt, nicht nur ausgeblendet	Die Anfrage aus dem Netzwerk-Tab des Browsers mit einer ausgeschlossenen Varianten-ID wiederholen
35	Basispreis	Das Angebot für A1 startet vom Katalogpreis von A1 (dem niedrigeren beim überlappenden Produkt), nicht vom Einzelhandelspreis und nicht von einem in der App gespeicherten Preis	Den Startpreis des Angebots mit Test 8 vergleichen
36	Freie Position	Eine Position, die keine Variante ist, lässt sich mit eigenem Preis, Steuer- und Versandkennzeichen ergänzen und erreicht den Bestellentwurf als freie Position mit diesen Kennzeichen	Eine Einrichtungspauschale hinzufügen; umwandeln; die Position im Bestellentwurf lesen
37	Versionen sind unveränderlich	Das Senden eines Angebots fixiert es: Ein gesendetes Angebot lässt sich nicht bearbeiten; ein Gegenangebot des Käufers erzeugt eine eigene Version, Ihre Antwort die nächste, und frühere Versionen bleiben im Nachweis	Senden, dann versuchen zu bearbeiten; als Käufer ein Gegenangebot machen, dann antworten; die Historie lesen
38	Durchgesetzte Freigabe	Ein Vertriebler, der einen Rabatt über 10 Prozent sendet, kann das nicht: Der Versand ist blockiert, bis ein Freigebender handelt, auch wenn der Versand aus einer Automatisierung kommt; der Vertriebler kann sein eigenes Angebot nicht freigeben	Als Vertriebler senden; jeden Auto-Versand probieren; als Vertriebler freizugeben versuchen
39	Ablauf	Nach der eintägigen Gültigkeit nimmt der Annahme-Link nicht mehr an; der Käufer sieht, dass das Angebot abgelaufen ist	Die Gültigkeit setzen; warten oder die Uhr stellen; den Link öffnen
40	Einige Positionen annehmen	Der Käufer nimmt zwei von vier Positionen an; die anderen zwei bleiben offen, nicht abgelehnt; der Bestellentwurf enthält nur die zwei angenommenen Positionen zu ihren verhandelten Preisen, mit den Zahlungszielen von A1 und der Bestellnummer	Als A1 zwei Positionen annehmen; den Bestellentwurf öffnen

G. Team und Berechtigungen

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
41	Eingeschränkter Vertriebler	Der B1 zugewiesene Vertriebler sieht im Admin nur das Unternehmen, die Kunden, Bestellungen und Bestellentwürfe von B1 und nichts von Unternehmen A	Als Vertriebler anmelden; Unternehmen, Kunden, Bestellungen, Entwürfe öffnen
42	Vertriebler und die Angebotsebene	Die Sicht des Vertrieblers in der Angebotsebene entspricht der Shopify-Einschränkung oder ist enger, nie weiter	Die Angebotsliste als Vertriebler öffnen
43	Teamgrenzen	Ein elfter Vertriebler lässt sich einem Standort nicht zuweisen – die Grenze ist 10 je Standort –, und ein Teammitglied kann mehreren Standorten zugewiesen sein	B1 Team hinzufügen bis zur Grenze; eines davon zusätzlich A1 zuweisen

H. Shop und Theme

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
44	App-Embed aktiv	Die Angebotsschaltfläche (oder jedes Shop-Element einer App) erscheint nach der Installation erst, wenn ihr App-Embed unter Theme-Einstellungen > App-Embeds eingeschaltet ist; der Schalter ist im Live-Theme an	Den Theme-Editor prüfen; die Produktseite ansehen
45	Theme-Update	Das Veröffentlichen des Duplikats hält jedes App-Embed und jeden Block funktionsfähig; nichts wurde in Theme-Dateien eingeschleust, das das Duplikat verloren hat	Das Duplikat veröffentlichen; Tests 5, 31 und 44 erneut ausführen; zurückwechseln
46	Mobil und ohne JavaScript	Das Anfrageformular funktioniert bei 390 px Breite und sendet auch mit deaktiviertem JavaScript	Ein Telefon und einen Browser mit blockierten Skripten verwenden
47	Performance	Der Lighthouse-Performance-Score des Shops mit eingeschaltetem App-Embed liegt innerhalb von 10 Punkten des Scores ohne – die Built-for-Shopify-Regel	Lighthouse mobil auf Start-, Produkt- und Kollektionsseite mit blockierten und freigegebenen Dateien der App ausführen, mindestens fünf abwechselnde Runden, gewichtet mit 17/40/43 – ein einzelnes Paar liegt im Rauschen zwischen den Läufen (Methode)

I. Integrationen, Robustheit und Daten

#	TEST	ERWARTETES ERGEBNIS	DURCHFÜHRUNG
48	Flow	Der B2B-Trigger oder der Trigger der Angebotsebene löst beim Ereignis aus, und die Flow-Aktion läuft (ein Tag, eine E-Mail, eine Slack-Nachricht)	Einen einstufigen Flow bauen; das Ereignis auslösen
49	Verpasster Webhook und doppelte Umwandlung	Liefert der Webhook-Endpunkt der App einen Fehler, wiederholt Shopify (8 Mal über 4 Stunden), und die App gleicht ab, sobald sie sich erholt; die doppelte Umwandlung derselben Annahme kurz hintereinander erzeugt einen Bestellentwurf, nicht zwei	Den Endpunkt auf dem Entwicklungsshop kurz unterbrechen; eine Umwandlung zweimal auslösen
50	Deinstallation und Export	Der Export aus der Angebotsebene enthält jedes Angebot, jede Version, Freigabe und Nachricht; die Deinstallation lässt Produkte, Unternehmen, Kataloge, Bestellentwürfe und Bestellungen unberührt; die Neuinstallation innerhalb der dokumentierten Frist stellt die Daten der App wieder her	Exportieren; deinstallieren; den Admin prüfen; neu installieren

Vor dem Livegang

- Den Zahlungsanbieter aus dem Testmodus nehmen und die Testunternehmen, Testbestellungen und Testbestellentwürfe löschen oder archivieren.
- Wenn Preise vor Suchmaschinen verborgen werden, nach der letzten Theme-Veröffentlichung ein letztes Mal abgemeldet die Leck-Prüfung durchführen.
- Die Testumgebung behalten. Der Plan wird nach jedem Theme-Update, jeder Shopify-API-Version, auf die die Angebotsebene wechselt, und jeder Shopify Edition mit B2B-Bezug erneut durchlaufen; die Referenzseite protokolliert diese.

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-launch-test-plan

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.