



Success Story

Jak zbudować dobry e-Commerce w branży budowlanej





Do tej pory branża budowlana wskazywana była jako jedna z tych branż, których udział w świecie e-Commerce nie odegra dużej roli. Blokadami miały być specyfika asortymentu, niechęć przedstawicieli branży budowlanej do zmiany przyzwyczajęń zakupowych, skomplikowane kwestie logistyczne czy konieczność obsługi zapytań ofertowych i inwestycji.

Wspólnie z naszym klientem, firmą LUBAR udowodniliśmy, że dobrze dobrana Platforma e-Commerce poradzi sobie z powyższymi wyzwaniami, a dodatkowo pozwoli osiągnąć cel, jakim jest ekspansja sprzedażowa z regionalnej do ogólnokrajowej sprzedaży. Platforma e-Commerce od Asseco umożliwiła poszerzenie rynku zbytu – zarówno pod względem geograficznym, jak i pozyskania nowej grupy klientów (konsumentów).

Zobaczcie, jak udało się nam wraz z liderem rynku budowlanego uruchomić internetową platformę sprzedaży dla partnerów biznesowych i konsumentów.





Producent i dostawca wysokiej jakości materiałów budowlanych, stosowanych w budownictwie przemysłowym i mieszkaniowym.



Jedna z największych firm branży budowlanej na terenie Śląska.



Dostarcza towar zarówno osobom prywatnym, jak i deweloperom czy firmom budowlanym.

5 oddziałów

+33 lata doświadczenia

340 zatrudnionych osób

+14 000 asortymentu

+51 000 klientów

+61 000 zaopatrzonych budów



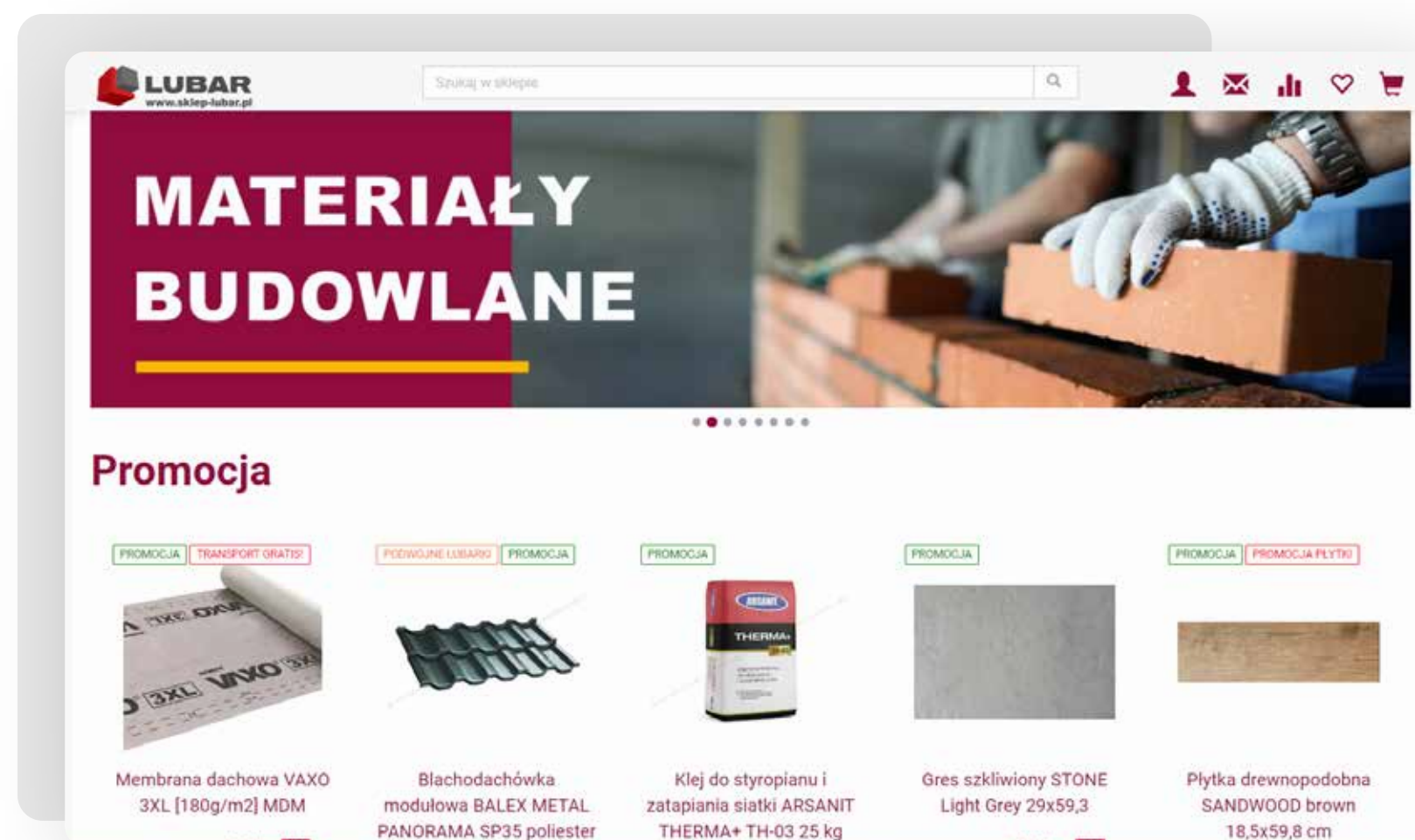
Liczby te rosną z minuty na minutę, dlatego pod koniec czytania tego case study większość z nich będzie miała wyższą wartość.





Dlaczego My?

Nasz klient, firma LUBAR prowadzi swoją działalność od 1989 roku i od tego czasu nieustannie stawia na rozwój firmy. Kolejnym krokiem ku innowacyjności było wejście w świat e-Commerce z jednoczesną świadomością, jak wielu wyzwaniom wynikającym z realiów i specyfiki branży budowlanej trzeba sprostać przy wdrożeniu sprzedaży przez Internet. Platforma e-Commerce dla tak dużej firmy musi rozwiązywać nie jeden problem, ale cały ich szereg.



Od początku firma LUBAR szukała platformy e-Commerce

- która pozwoli na przejrzyste zaprezentowanie charakterystycznego i nietypowego asortymentu z ogromną ilością atrybutów,
- która zapewni optymalizację logistyczną z transportem wielkogabarytowym, z odbiorami w różnych magazynach, wysyłką specjalistycznym transportem,
- która jednocześnie będzie narzędziem pracy przedstawicieli handlowych LUBAR,
- która umożliwi sprzedaż zarówno do klientów detalicznych, jak i partnerów handlowych.

Wydaje się niemożliwe do realizowania?
Z platformą e-Commerce od Asseco nie ma rzeczy niemożliwych





Wyzwania

z którymi musieliśmy się zmierzyć:



Platforma sprzedażowa dla różnych typów klientów

Jedna platforma z różnym przekazem marketingowym, asortymentem, cenami i informacjami dla dwóch grup klientów: konsumentów i biznesowych.



Optymalizacja procesów logistycznych

Optymalizowanie kosztów dostawy, metod dostarczania zamówień i transportu towarów budowlanych przy sprzedaży online to jedno z największych wyzwań, którym platforma e-Commerce musi sprostać.



Zaangażowanie klienta biznesowego

Wykorzystanie możliwości i funkcjonalności w platformie e-Commerce do zwiększania aktywności klienta, takich jak: program lojalnościowy, kody rabatowe czy działania multichannelowe.



Platforma jako narzędzie pracy przedstawicieli handlowych

Możliwość efektywnego zarządzania polityką cenową, handlową oraz przygotowywanie ofert inwestycyjnych przez przedstawicieli handlowych.

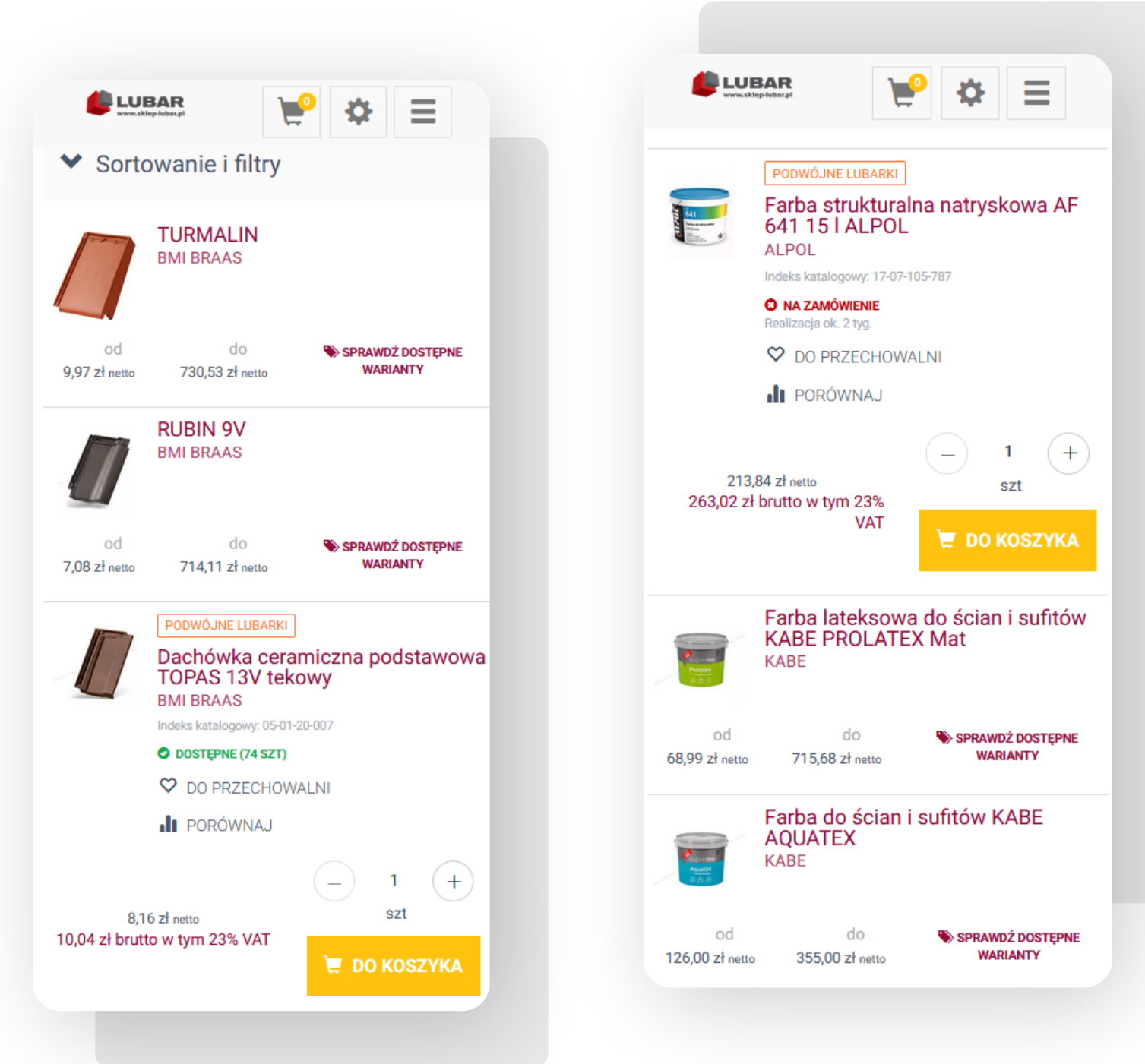




Wyzwanie 1

Platforma sprzedażowa dla różnych typów klientów

Firma LUBAR działając w modelu tradycyjnym obsługiwała zarówno klientów hurtowych (B2B), jak i detalicznych (B2C). Platforma e-Commerce musiała jednocześnie obsłużyć oba rodzaje sprzedaży: model B2B, w którym funkcjonują rozrachunki, ustalenia biznesowe, wynegocjowane cenniki i oferty, jak i w model B2C, czyli dodatkowe funkcje niezbędne dla konsumenta (logowanie przez facebook, konto google, integracje z serwisami opinii i porównywarkami cenowymi). Dzięki wdrożeniu rozwiązania B2M udało się połączyć tak różne segmenty klientów, a jednocześnie zachować biznesową odmiennosc tych relacji. Używając tych samych narzędzi, firma dostosowuje przekaz marketingowy, informacyjny i posprzedażowy do różnego typu odbiorców. A co najważniejsze, firma LUBAR zachowała spójny wizerunek marki jako doświadczonego dostawcy i sprawdzonego partnera w handlu.



I dodatkowo, został osiągnięty najważniejszy cel wdrożenia e-Commerce, czyli ekspansja z rynku lokalnego na ogólnopolski i dotarcie z ofertą do klientów w całym kraju.

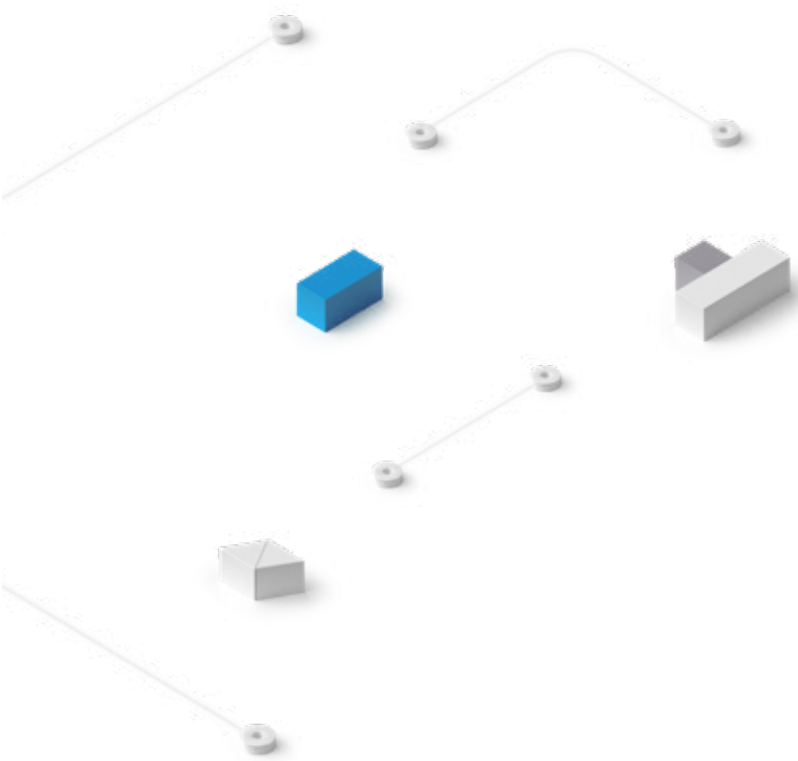
Sukces

Jedna strona do pozycjonowania, jedno wdrożenie, jeden panel zarządczy = oszczędność czasu i pieniędzy!



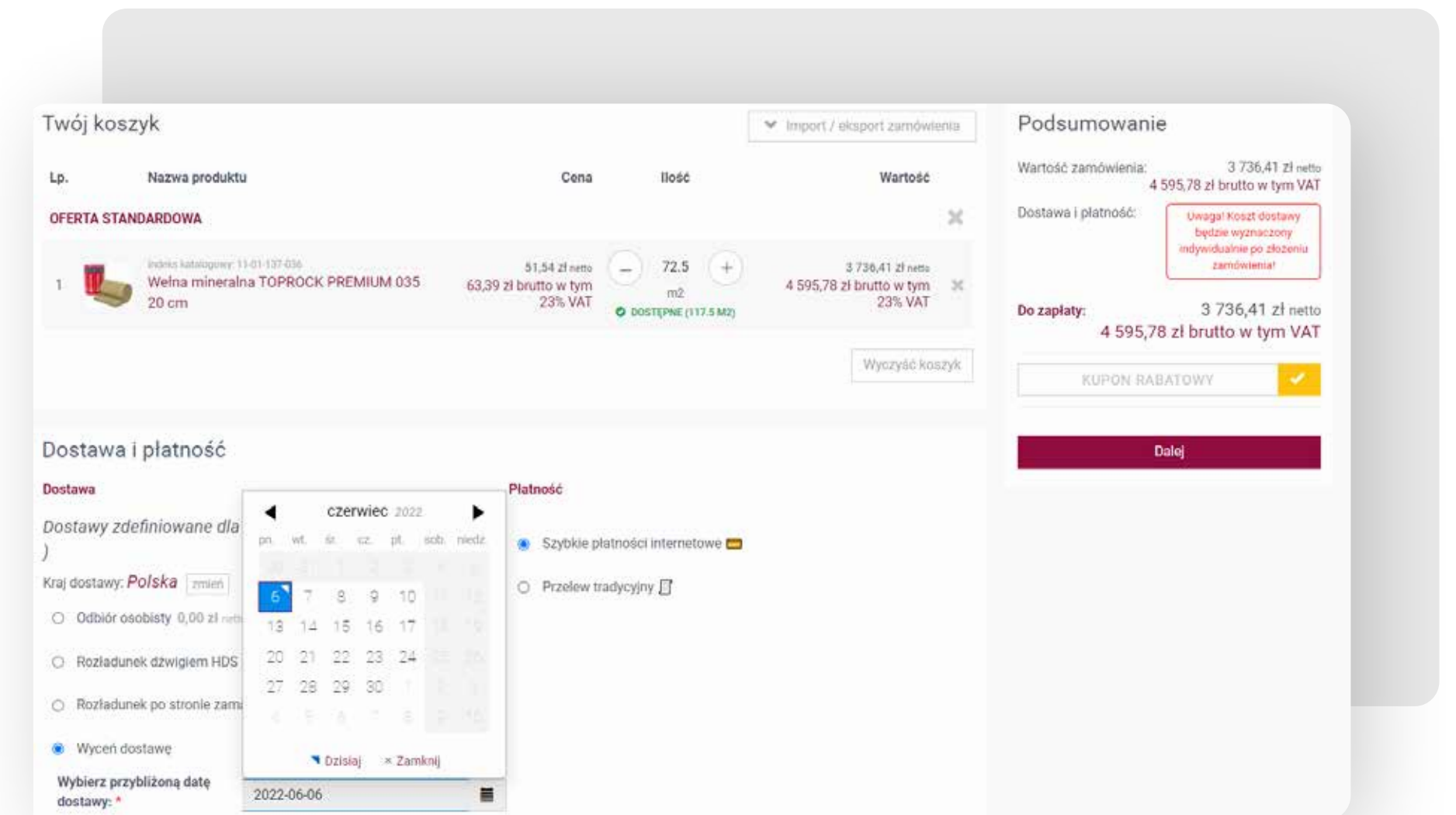
Wyzwanie 2

Optymalizacja procesów logistycznych



Branża naszego klienta to branża towarów wielkogabarytowych, posiadających różne modele, wagę i gabaryty, od których zależy, jakim rodzajem transportu oraz w jakiej cenie zamówienie zostanie dostarczone do klienta.

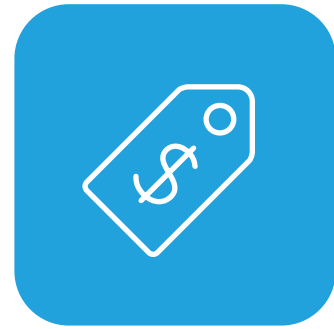
Firma LUBAR posiada różnorodne metody dostawy: transport własny pojazdami specjalistycznymi, możliwość odbioru osobistego w jednym z oddziałów firmy, wysyłka kurierami, Poczta Polska czy inPostem. Platforma e-Commerce automatycznie dobiera dla produktów znajdujących się w koszyku odpowiednią metodę dostawy, dzięki użyciu kodów pocztowych czy atrybutów transportowych (m.in. ilość palet, wymiary, waga) i pomaga zaplanować termin doręczenia, co w przypadku branży budowlanej jest niezwykle istotne.



Sukces

Rynek zbytu znacznie się poszerzył i wyszedł poza dotychczasowy teren sprzedaży. Dodatkowo, w poczet klientów LUBAR weszły nowe firmy, do których nie udało się dotrzeć w sposób tradycyjny.





Wyzwanie 3

Zaangażowanie klienta biznesowego

Firma LUBAR wykorzystuje szereg możliwości, jakie daje platforma w celu aktywowania klientów do samodzielnego składania zamówień i budowania lojalności, takich jak:

- program lojalnościowy LUBAR, gdzie zgromadzone punkty „LUBARKI” można wymienić na atrakcyjne nagrody,
- działania multichannelowe, dzięki którym klienci zalogowani w sklepie kupują po niższych cenach i mają dodatkowe akcje promocyjne,
- dostęp do platformy 24/7/365, możliwość składania zamówienia prosto z budowy, o każdej porze,
- dostęp z urządzeń mobilnych,
- możliwość złożenia zamówienia na produkty aktualnie niedostępne i indywidualnie ustalone warunki handlowe (cenniki grupowe i dla konkretnego klienta).

Sklep internetowy LUBAR / Katalog Nagród

Rabaty dla klientów B2B widoczne po zalogowaniu.

Katalog Nagród – tylko dla zalogowanych !!!

Zarejestruj się na sklep-lubar.pl. Rób zakupy jako zalogowany Klient. Zbieraj LUBARKI, czyli punkty. Wymień je na atrakcyjną nagrodę z Katalogu Nagród. Sprawdź wszystkie propozycje i bierz aktywny udział w naszym programie lojalnościowym.

KATEGORIE

- + Materiały budowlane (1138)
- + Chemia budowlana (853)
- + Dachy (1382)
- + Narzędzia budowlane i artykuły BHP (1754)
- + Ogrody (1907)
- + Płytki ceramiczne i gres (773)
- Outlet budowlany (1)
- + Outlet Płytek (224)
- + Armatura łazienkowa (84)
- Katalog Nagród (149)
- Wszystko z kategorii Katalog Nagród (140)
- + Nagrody rzeczowe (134)
- Wycieczki (2)

Podwójne LUBARKI

Sortowanie i filtry

Styropian PARKING EPS200 034 10 cm
BESSER
Indeks katalogowy: 10-01-449-080
DOSTĘPNOŚĆ NA WYCZERPANIU (9,3 M3)
Realizacja ok. 2 tyg.
DO PRZECHOWALNI
PORÓWNAJ

539,00 zł netto
662,97 zł brutto w tym 23% VAT

Styropian PARKING EPS200 034 12 cm
BESSER
Indeks katalogowy: 10-01-449-081
NA ZAMÓWIENIE
Realizacja ok. 3-4 tyg.
DO PRZECHOWALNI





Wyzwanie 4

Platforma jako narzędzie pracy przedstawicieli handlowych

Last but not least... Branża budowlana jest w czołówce branż, w których przyzwyczajenia klientów do składania zamówienia telefonicznie czy mailowo u swojego przedstawiciela handlowego trudno zmienić. Jaki jest efekt? Przedstawiciel handlowy tonący w mailach i tabelkach, zakolejkowane zamówienia, braki wynikające z braku automatycznych rezerwacji, a przede wszystkim błędy wynikające z ręcznego wpisywania zamówień do systemu i najzwyczajniej w świecie brak czasu na pogłębianie współpracy i szukanie nowych szans sprzedażowych. To wszystko zostało wyeliminowane po wdrożeniu Platformy e-Commerce by Asseco.

Polityka cenowa w firmie LUBAR jest niezwykle rozbudowana (rabatowanie, ustalenia poziomu cen, indywidualne warunki cenowe dla wybranej kategorii asortymentowej). W określonym zakresie politykę tę mogą tworzyć przedstawiciele handlowi, którzy uzyskali w platformie możliwość tworzenia cenników indywidualnych, rabatów okresowych, korzystania z niewidocznych dla klientów ofert promocyjnych oraz tworzenia limitowanych i określonych czasowo ofert inwestycyjnych. Przedstawiciele handlowi mogą również zalogować się w imieniu klienta i wykonać za niego zamówienie, jeśli wyjątkowo zajdzie taka potrzeba.

Ważne

To niezwykle istotne, aby przedstawiciele handlowi dostrzegli intuicyjność systemu, który pomoże im i odciąży w powtarzalnych obowiązkach.





Korzyści



Udało się dotrzeć do nowych klientów i zwiększyć sprzedaż

za pomocą Platformy od Asseco, która jest przygotowana do efektywnego tworzenia strategii SEO i działań marketingowych pod różny segment klientów.



Poprawiła się płynność finansowa firmy

dzięki bieżącej weryfikacji limitów kredytowych i terminowej płatności faktur oraz mechanizmom miękkiej windykacji dostępnym w platformie.



Proces wysyłki zamówień został zoptymalizowany

dzięki mechanizmom logistycznym i kalendarzom dostaw, a klienci uzyskali pewność, że materiały budowlane w umówiony dzień i na czas trafią na adres konkretnej inwestycji.



Zwiększyła się efektywność pracy przedstawicieli handlowych,

którzy mogą dzięki platformie obsługiwać większą liczbę klientów i posiadają narzędzie, dzięki któremu samodzielnie, od ręki mogą stworzyć oferty skierowane do konkretnego klienta.





Plany i dalszy rozwój

„Aktualnie prężnie pracujemy nad poszerzeniem asortymentu, aby jeszcze precyzyjniej trafiać w potrzeby naszych klientów. Oprócz zapewnienia dostępności towaru na polskim rynku, działanie to pozwoli nam na ekspansję na rynki zagraniczne – już w tym momencie pracujemy wraz z Asseco nad wdrożeniem naszego e-Commerce dla klientów zagranicznych. Dodatkowo, cały czas monitorujemy procesy, które obsługujemy w naszej firmie i dążymy do zautomatyzowania procesów pakowania i magazynowania, które są kluczowe dla skutecznej sprzedaży online. Mamy w planach jeszcze dwa duże projekty: aplikację sklepu oraz stworzenie marki własnej produktów, dzięki którym nasz e-Commerce będzie szedł z duchem czasu, a firma LUBAR dalej będzie liderem na rynku budowlanym”.

"Platforma e-Commerce Asseco Business Solutions to kolejny krok naszej wieloletniej współpracy, który doskonale wpisał się w strategię rozwoju naszej działalności. Dzięki swojej rozbudowanej funkcjonalności, jak również przejrzystości obsługi oraz możliwościom dostosowania się do wymagającej specyfiki branży budowlanej, dotarliśmy do szerokiego grona nowych odbiorców, zarówno tych z segmentu sprzedaży detalicznej (B2C), jak i partnerów biznesowych (B2B). Nie bez znaczenia pozostaje również możliwość elastycznego oraz zindywidualizowanego rozwoju platformy, wraz ze zmieniającymi się wymogami rynku, a także rosnącymi potrzebami naszych odbiorców. Rozwiązania z zakresu e-Commerce od Asseco spełniły nasze oczekiwania i otwały nas ze sprzedaży lokalnej do ogólnokrajowej, a także zagranicznej."

Krzysztof Stepczuk

Dyrektor ds. Sprzedaży / Wiceprezes Zarządu w LUBAR S.A.

Success Story

Jak zbudować dobry e-Commerce w branży budowlanej



Obserwuj nas na LinkedIn

ASSECO
BUSINESS SOLUTIONS

Daj nam znać, jak możemy Ci pomóc.
Skontaktuj się z nami tak, jak lubisz,
a my z przyjemnością odpowiemy na Twoje pytania.

+48 728 325 752

info@assecobs.pl

<https://assecobs.pl/e-commerce/enterprise/>