

TEKA

La sencillez de comprar online

100

Países en los que está presente

3

Meses desde el inicio del proyecto hasta la puesta en marcha

20%

Ingresos totales esperados por el canal online



EL DESAFÍO

- Aumentar la satisfacción del cliente mediante procesos de pedido más convenientes, y herramientas de autoservicio más prácticas.
- Aumentar la eficiencia de los equipos de ventas y del centro de llamadas, relevándoles de las tareas rutinarias (p. ej., Entrada manual de pedidos, información sobre precios, disponibilidad de stock, estado de pedidos y entregas, etc.)

LA SOLUCIÓN

- Tienda online B2B basada en la plataforma de e-commerce Intershop, implementada por su partner Sugerendo.
- Lanzamiento Turbo en solo tres meses gracias al enfoque MVP, “starter store” y a las funcionalidades B2B con las que la herramienta está preconfigurada.
- “Win-win” gracias a los autoservicios digitales: Teka reduce la carga de trabajo de su personal de ventas y servicio, mientras que los clientes se benefician de unos procesos de adquisición más convenientes y el acceso las 24 horas del día, los 7 días de la semana a la información de productos, pedidos y entregas.

SOBRE TEKA

Grupo Teka es una empresa multinacional fundada en Alemania en 1924 que a día de hoy opera en más de 100 países en todo el mundo. La empresa se especializa en fregaderos de acero inoxidable, grifería, electrodomésticos de cocina integrados, incluyendo hornos empotrados y placas de cocción, así como soluciones para el baño. Las principales marcas del grupo incluyen Teka, Küppersbusch, Intra y Mofém.

www.teka.com

Situación inicial

Cada vez más fabricantes invierten en canales digitales de ventas y de servicio para diferenciarse de la competencia, destapar el potencial de las ventas y garantizar una interacción eficiente y fluida con sus clientes. Aunque Teka ya contaba con un sitio web para el segmento de clientes de estudios de cocina, no era lo que llamamos “estado del arte” en el comercio electrónico. No estaba integrado en el panorama del sistema de TI de la empresa (con ERP, PIM, etc.), ni era posible algo tan simple como ver los precios y la disponibilidad de stock, o iniciar y rastrear pedidos. El personal del estudio de cocina solo podía crear una lista de los artículos necesarios, que luego enviaba por correo electrónico al equipo de ventas de Teka. Adicionalmente, los pedidos y las negociaciones de precios se realizaban por teléfono o por fax. Dado que estos procesos ya no cumplían con las expectativas de los clientes B2B de hoy en día, unido a que también eran muy laboriosos, consumían mucho tiempo y eran costosos, ¡era el momento más adecuado para la transformación digital!

Objetivo de la iniciativa de digitalización

La visión de Teka es digitalizar la interacción con sus clientes para ofrecerles el mejor servicio posible en cada etapa del viaje hasta la compra. Esto también

incluye hacer que los procesos de pedidos y posventa sean lo más simples y convenientes posible. Al implementar una plataforma de B2B e-commerce moderna con amplias funciones de autoservicio, se quiere permitir que el grupo de clientes de estudios de cocina haga negocios en línea de manera rápida y conveniente con Teka, p. ej. que haga sus pedidos, investigue los precios y la disponibilidad, u organice las fechas de entrega, las 24 horas del día, los 7 días de la semana, independientemente del horario comercial del centro de atención telefónica de Teka.

Por otro lado, liberar al personal de ventas y servicio de Teka de las tareas rutinarias repetitivas mediante las nuevas opciones de pedidos digitales y autoservicio, de modo que puedan invertir su tiempo en consultoría, y en un soporte más intensivo tanto para los clientes existentes, como para los de nueva adquisición. “La experiencia de nuestro equipo de ventas y servicio es inmensa, pero en el pasado sacrificaron gran parte de su tiempo para tomar y procesar pedidos manualmente, brindando información sobre precios, inventario y condiciones individuales durante todo el día. Nuestro objetivo es que asuman más tareas de preventa, agregando valor real para nuestros clientes y nuestro crecimiento a largo plazo”, explica el Gerente de Marketing de Ventas de Teka.

Partiendo de un MVP hacia la excelencia digital

Gracias a esta claridad de objetivos, y a una sólida estrategia comercial, la elección de una solución de comercio electrónico adecuada como núcleo del ambicioso proyecto de digitalización fue fácil. La plataforma de comercio Intershop convenció por su alta escalabilidad, así como por las amplias funciones B2B que están disponibles de inmediato, sin un gran esfuerzo de desarrollo y sin costes adicionales asociados. "Intershop es la solución perfecta para nosotros. La plataforma es confiable y potente, se puede adaptar de manera flexible a las complejas estructuras organizativas del comercio B2B, y también ofrece todas las funciones para un rápido despliegue de los canales digitales de venta. Como resultado, pudimos poner en marcha con éxito nuestra primera tienda online B2B para el mercado español en tan solo tres meses", afirma el director de TI del Grupo Teka.

Teka confió en el experimentado socio de Intershop, Sugerendo, para implementar la nueva tienda online B2B. El uso de metodologías ágiles en el proyecto aseguró el rápido desarrollo del MVP (producto mínimo viable). La moderna tienda en línea con numerosas funciones de autoservicio está inicialmente reservada para el grupo de clientes de estudios de cocina, pero será la base del futuro crecimiento. La incorporación de otros grupos objetivo, incluidos los principales mayoristas y minoristas, está prevista para un futuro próximo.

Comentarios de los clientes constantemente positivos

No hay duda al respecto: la iniciativa de digitalización ha sido un gran éxito para Teka. Los clientes están encantados con las prácticas funcionalidades de autoservicio de la nueva tienda en línea, que les permite las 24 horas del día, los 7 días de la semana:

- Procesar pedidos y realizar un seguimiento de los mismos.
- Ver información detallada del producto, así como precios de compra individuales y promociones de descuento.
- Consultar disponibilidad de stock
- Agregar direcciones de entrega alternativas
- Utilizar plantillas de pedidos para pedidos recurrentes.

- Administrar su perfil de usuario (incluida la asignación de roles y permisos)
- Ver facturas y albaranes.
- Solicitar servicios de garantía

Con estas y otras características adicionales, Teka está revolucionando la interacción con sus clientes. El Gerente de Marketing de Ventas enfatiza: "El canal digital es un verdadero cambio de juego en términos de experiencia del cliente. Ninguno de nuestros clientes tiene que solicitar precios, especificaciones de productos, o disponibilidad, por teléfono o por correo electrónico. En la tienda en línea, toda la información está disponible directamente, lo que aumenta la transparencia y brinda a nuestros clientes un control total sobre sus procesos de compras. ¡Esto hace que su trabajo sea más fácil y ahorra tiempo!"

"Intershop es la solución perfecta para nosotros. La plataforma es confiable y potente, se puede adaptar de manera flexible a las complejas estructuras organizativas del comercio B2B, y también ofrece todas las funciones para un rápido despliegue de los canales digitales de venta. Como resultado, pudimos poner en marcha con éxito nuestra primera tienda online B2B para el mercado español en tan solo tres meses"

Director de TI del Grupo Teka

El personal de ventas y servicio al cliente de Teka también se beneficia de la nueva tienda online basada en Intershop: “Gracias a las completas funciones de autoservicio de la tienda online, ahora pueden centrarse más en proporcionar asesoramiento, inspirar a los clientes, responder más específicamente a sus requisitos, y promover la venta de productos adicionales. De esta manera, hacen una contribución decisiva a que las relaciones con los clientes a largo plazo sean rentables y, por último, pero no menos importante, impulsan el crecimiento de nuestros ingresos”.

Nuevos hitos en la hoja de ruta de e-commerce

Los comentarios positivos de los clientes confirman que Teka está en el camino correcto, pero el lanzamiento de la tienda online B2B en España es solo el comienzo. “Entramos en funcionamiento con un MVP equipado con las funcionalidades más importantes para el comercio electrónico B2B moderno. A partir de ahora, se agregarán funcionalidades adicionales paso a paso para optimizar aún más la interacción con nuestros clientes. Nuestro objetivo es un portal de clientes digital personalizado como el eje central de nuestros procesos de ventas y servicio. Aquí, todas las ofertas se agruparán de forma centralizada y se enriquecerán con información, autoservicios digitales y consejos de expertos”, explica el director de TI de Teka.

Adicionalmente, la plataforma se abrirá a otros grupos de clientes con el fin de impulsar aún más el crecimiento por Internet. El director de marketing de ventas de Teka tiene un objetivo ambicioso en mente: “Nos gustaría generar hasta el 20% de nuestros ingresos totales a través de canales digitales a medio plazo. Con la plataforma de comercio de Intershop, tenemos una solución poderosa que se escala con el desarrollo de nuestro negocio y nos permite agregar más países así como tiendas de marca, de manera rápida y rentable”. Por ejemplo, Teka ya está trabajando en una tienda online B2B

para su marca premium Küppersbusch. También se gestionará a través de la plataforma central de comercio Intershop, pero tendrá un “look & feel” diferente, más “lujoso”.

En última instancia, la internacionalización también es un problema que se puede abordar fácilmente gracias a la arquitectura flexible de la solución Intershop. Ya se está planificando la implantación de tiendas regionales para Canarias (con los tipos impositivos diferentes), México y Polonia.

The screenshot displays the Teka Select B2B e-commerce interface. At the top, the user is logged in as MARIA CAMACHO. The navigation bar includes options like 'Pedido Rápido', 'Pedido por Catálogo', and 'Mis Pedidos'. The main content area shows a category page for 'HORNO' (Ovens) with 60 items. Three featured products are visible:

Producto	PVPR	Precio de Venta
MaestroPizza HLB 8510 P (Horno Piroilítico)	775,00 €	632,98 €
SteakMaster (Horno Piroilítico Multifunción)	1.350,00 €	992,35 €
HCB 6645 (Horno Multifunción)	385,00 €	349,39 €

SOBRE INTERSHOP

Siempre cerca

Intershop es el motor que impulsa el comercio digital. Nuestra potente plataforma de comercio electrónico B2B permite a los principales fabricantes y mayoristas del mundo transformar su negocio y aumentar los ingresos en un entorno en el que lo digital es primordial.

Nuestras soluciones basadas en la nube le otorgan una base esencial para el éxito digital, además de la flexibilidad para brindar experiencias únicas y reaccionar rápidamente a las necesidades cambiantes. Con una presencia global y una extensa red de socios, apoyamos su éxito en cada paso del camino, creando oportunidades para escalar, innovar y obtener una ventaja competitiva.

Intershop está diseñado para impulsar su negocio. Descubra lo que podemos hacer en www.intershop.com.



EE. UU.



**Octavio
Perales**

o.perales@intershop.com

EUROPE



**Frank
Andersen**

f.andersen@intershop.com

AUSTRALIA Y
NUEVA ZELANDA

**Emmeline
Ng**

e.ng@intershop.com

ASIA-PACÍFICO



**Kanyasiri
Panasahatham**

kanyasiri@intershop.com