

E-commerce B2B (business to business), ossia acquisto via web da azienda ad azienda; così viene chiamato, con un'abbreviazione inglese, il nuovo modo di interagire, dalla propria scrivania di casa o dell'ufficio della propria officina, con il magazzino o reparto vendita del fornitore, avendo a disposizione tutto il campionario prodotti. Prema Italia, distributore di materiale consumabile e di auto attrezzature per gommisti e officine meccaniche, ha deciso di puntare proprio su questo strumento, sviluppandone in particolare gli aspetti dedicati al mondo dell'autoriparazione e dei gommisti. Tra gli articoli acquistabili online sulla piattaforma Prema ci sono infatti prodotti consumabili come rappezzi, pesi di bilanciatura, valvole, utensili, lavaruote e accessori vari.

Abbiamo chiesto a Daniel Schön, amministratore delegato di Prema Italia Srl, con sede a Correggio (RE) se lo strumento online è stato accolto positivamente dai clienti. "Il mercato dei gommisti apprezza molto il nostro sforzo, unico nel suo genere, di promuovere i prodotti attraverso un Marketing B2B multicanale, che il mercato oggi percepisce come accattivante ed innovativo", ha risposto Schön. Per presentare e promuovere i prodotti, Prema ha anche predisposto una Newsletter che conta circa 4.000 contatti attivi e che viene visualizzata circa 1.700 volte per ogni edizione. Il risultato di questa strategia è ben evidenziato dai numeri: "Oggi - continua Schön - ben il 55% del nostro fatturato viene generato attraverso la piattaforma on-line. La convenienza è la prima motivazione che spinge i clienti ad utilizzare il nuovo canale d'acquisto. Non essendoci infatti costi di commissione, né di intermediazione, il risparmio è garantito".

Ma la convenienza non è l'unico vantaggio: tramite la piattaforma online il cliente ha a disposizione tutto il magazzino, 24 ore su 24, vede subito le novità e le promozioni, ha accesso alle informazioni tecniche, ai corsi di formazione, ai road show dell'azienda e a molte altre informazioni utili.

Un'ulteriore funzionalità dello strumento B2B è la disponibilità in tempo reale di quotazioni e grafici d'acquisto, uno strumento molto utilizzato e apprezzato dai clienti per controllare gli ordini passati e poter gestire meglio gli approvvigionamenti futuri.

Insomma Daniel Schön non ha dubbi, "con l'e-commerce, il cliente Prema ci guadagna, ha tutto sott'occhio in tempo reale e riesce a gestire meglio i propri acquisti."



PneusNews.it ha intervistato Daniel Schön, amministratore delegato di Prema Italia Srl



Il 55% del fatturato di Prema viene generato attraverso la piattaforma on-line

© riproduzione riservata

pubblicato il 13 / 03 / 2012