

Hurtownia internetowa usprawniła sprzedaż u dystrybutora napojów

Use case

orange™

Start

Handel elektroniczny staje się coraz bardziej istotnym elementem biznesu i koniecznością dla wielu dostawców. Czasami spędzamy cały dzień na przeglądaniu ofert różnych sklepów. To samo dotyczy firm, które zaopatrują się w hurtowniach. Doświadczenie klienta podczas korzystania z zakupów przez internet decyduje często o sukcesie przedsięwzięcia. Dlatego firmy coraz mocniej stawiają na rozwój kanałów sprzedaży online.



Dystrybutor napojów wdrożył hurtownię internetową.

Dystrybutor w liczbach:



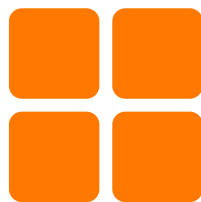
10 centrów
dystrybucyjnych
o łącznej powierzchni
magazynowej
około 15 tys. m²



kilkuset
pracowników,
prawie połowa
z nich to
wykwalifikowani
handlowcy



5200
klientów



oferta 1200
produktów



flota 80 samochodów
dostawczych
i ciężarowych



Wyzwania

Firma dystrybucyjna ma rozbudowaną sieć handlowców.

Przed wdrożeniem odwiedzali oni klientów osobiście, a zamówienia wpływały też drogą mailową lub telefoniczną. Obniżało to efektywność pracy handlowców i ograniczało potencjał sprzedażowy firmy.

Konkurencja w większości sprzedaje produkty poprzez „katalog online” lub „zapytaj o cenę”. Nie są to jednak prawdziwe platformy zakupowe.



Nowy rozdział – hurtownia internetowa

Cele projektu:

stworzenie w pełni
funkcjonalnej platformy
do zakupów przeznaczonej
dla sektora B2B



ułatwienie pracy
handlowcom poprzez
automatyzację procesów



Wdrożenie

Wdrożenie hurtowni internetowej opartej na silniku PrestaShop było pierwszym projektem tego typu u naszego klienta. Celem była automatyzacja procesu zamawiania i magazynowania towarów dla klientów.

Etapy:

- wdrożenie silnika sklepu internetowego,
- integracja z programem magazynowo-księgowym klienta,
- wdrożenie reguł cen hurtowych.

Elementy hurtowni:

- front-end – do prezentacji sklepu użytkownikowi,
- back-end – do przetwarzania złożonych zamówień,
- silnik bazodanowy – do przechowywania i zarządzania danymi magazynowymi hurtowni.



Wdrożenie



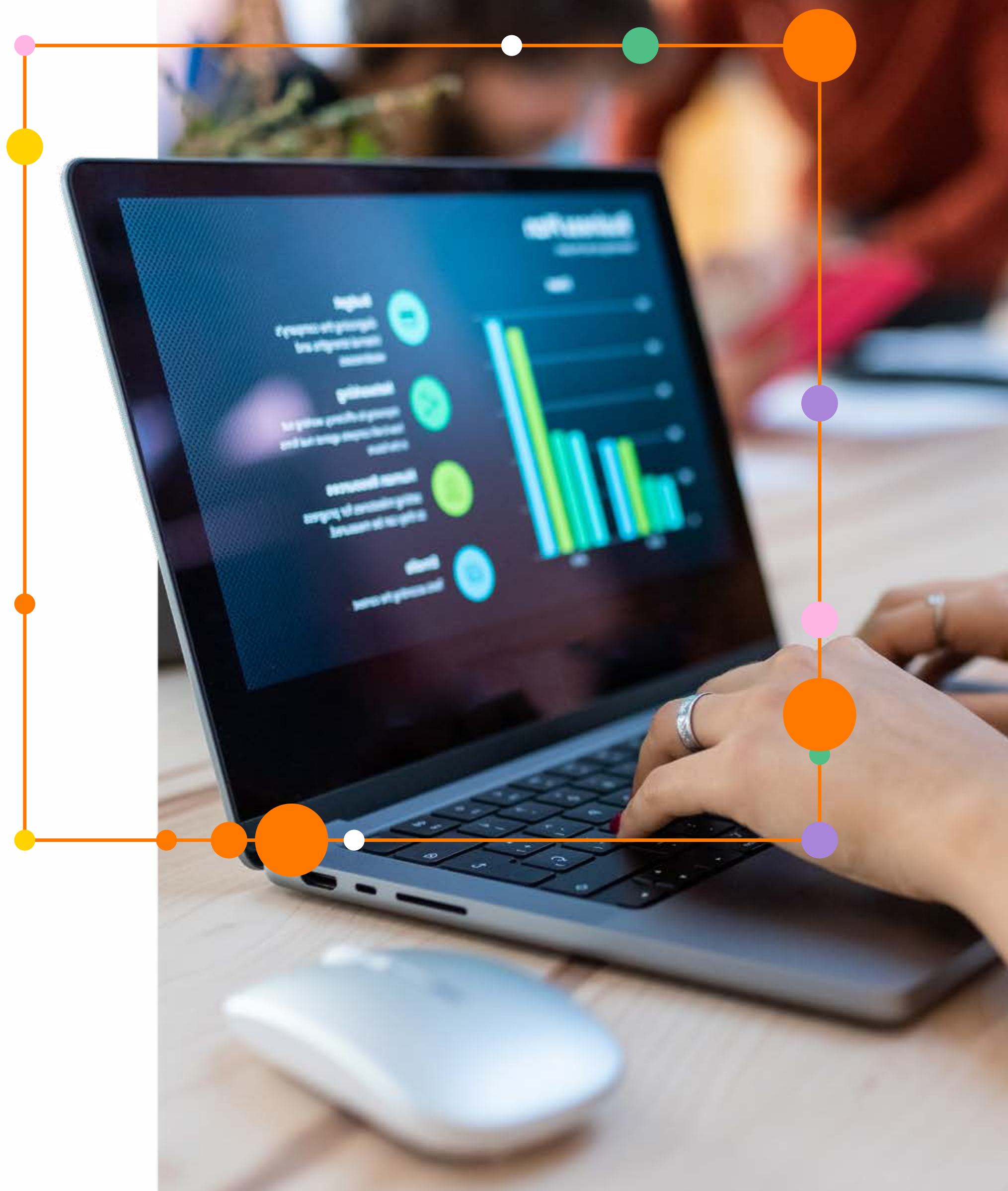
Największym wyzwaniem podczas prac była integracja hurtowni z systemem księgowo-magazynowym.

To istotna część wdrożenia, gdyż z systemu księgowo-magazynowego pochodzi większość danych (m.in. towary, stany magazynowe, kategorie produktów, klienci, system rabatowy, faktury). Zamówienia oraz dane o klientach dostarcza hurtownia internetowa.

Firma ma złożony system promocji, a niektóre produkty podlegają kilku promocjom jednocześnie. Dlatego nadano im właściwy priorytet.

Specjalny moduł B2B umożliwia:

- dostęp do cen tylko dla zweryfikowanych i zarejestrowanych klientów,
- dla wszystkich – dostęp do oferty hurtowni bez widocznych cen,
- wysyłanie powiadomień mailowych o złożonym zamówieniu przez przypisanych handlowcom klientów,
- wysyłanie do handlowców powiadomień mailowych o zamówieniu złożonym przez przypisanych do nich klientów,
- indywidualne promocje i ceny dla klientów hurtowni, którzy mają kilka sklepów, różne NIP-y, koncesje,
- wyświetlanie salda należności w profilu klienta – limit kredytowy dla każdego,
- przełączanie magazynu – sklepy mogą być przypisane do kilku z nich,
- przeglądanie przez handlowców kont swoich klientów.



Efekty i korzyści

Dzięki platformie wdrożonej przez Orange wspólnie z DigitLabs handlowcy mogą przeglądać zamówienia i konta klientów w czasie rzeczywistym. Szybciej reagują na ich potrzeby, nie tracąc czasu na dojazd do klienta.



Uzyskano nowy kanał sprzedaży oraz komunikacji z klientami i zlikwidowano koszty ręcznie wpisywanych zamówień.

Integracja hurtowni z systemem księgowo-magazynowym usprawniła działanie sklepu poprzez:

- szybki automatyczny dostęp do danych dla handlowców i klientów (konta, salda),
- zastosowanie indywidualnych promocji,
- automatyczne powiadomienia.

