



Notatka prasowa

Lojalność klientów i optymalizacja procesów biznesowych w branży motoryzacyjnej

Tyre24: Platforma B2B otwiera potencjał sprzedaży

Kaiserslautern, 13.07.2020: Możliwości rozwoju rynków i pozyskiwania nowych klientów przez firmy działające w regionie są ograniczone. W dobie cyfryzacji, kosztowne otwieranie oddziałów i filii jest coraz częściej zastępowane przez strategię sprzedaży oparte na Internecie. Technologie rynku B2B online, na przykład, łączą dostawców oraz klientów i oferują wyraźne korzyści dla obu stron. Jednak każdy, kto zdecyduje się na skorzystanie z nowych struktur rynkowych, powinien mieć na uwadze kilka rzeczy. Gospodarka platformy obiecuje bajkowe dane dotyczące wzrostu. Dotarcie do kilku tysięcy potencjalnych (nowych) klientów w Polsce, a nawet w całej Europie z własnym produktem za jednym zamachem to skok, któremu firmy działające offline często jeszcze nie ufają. Przede wszystkim klasyczne lokalne sektory działalności gospodarczej, takie jak dostawcy akcesoriów i części samochodowych, charakteryzują się często istniejącymi od dawna strukturami ze stałymi dostawcami w pobliżu, którzy w razie potrzeby mogą szybko dostarczyć potrzebne części, ponieważ bardzo niewiele warsztatów może sobie dziś pozwolić na własny, obszerny magazyn. Lokalna bliskość i silne poczucie zaufania do dostawcy determinują zatem te relacje. Nie przewiduje się jednak dalszego silnego wzrostu przy takich strukturach sprzedaży.

W regionie klienci są już rozwinięci; jednakże dla dużych inwestycji, takich jak własna strona internetowa z profesjonalnym sklepem internetowym lub nawet dodatkowe oddziały, są bardzo kosztowne w realizacji i eksploatacji. „Potrzebne są więc rozsądne i niskoinwestycyjne alternatywy dla kosztownych wdrożeń handlu elektronicznego i ekspansji offline. Jedną z opcji dla producentów i hurtowników zorientowanych na B2B są internetowe platformy B2B, takie jak Tyre24”, wyjaśnia Michael Saitow, prezes i założyciel SAITOW AG, operatora Tyre24. Na platformie Tyre24 tworzony jest wizerunek motoryzacyjnego rynku wtórnego z ponad 10 milionami artykułów w segmentach opon, felg i części zamiennych. Produkty są wyświetlane posortowane według ich znaczenia.

W połączeniu z inteligentnym wózkiem zakupowym koszty wysyłki i czas dostawy są obliczane w pełni automatycznie, zgodnie z wymaganiami klienta.

Jako wiodąca platforma w handlu częściami B2B Tyre24 łączy 2.000 sprzedawców

z 40.000 potencjalnych nabywców w dziewięciu krajach europejskich i tym samym organizuje roczny wolumen handlu w wysokości ok. 1 mld euro. Codziennie za pośrednictwem portalu realizowanych jest do 100.000 zamówień. Sprzedaż odbywa się pomiędzy sprzedawcą a kupującym. Dlatego też sama platforma Tyre24 nie ma marży handlowej. Również Tyre24 nie sprzedaje żadnych towarów i dlatego nie stanowi dla dostawców żadnej konkurencji. Zakup na Tyre24 jest zarezerwowany wyłącznie dla zarejestrowanych i sprawdzonych kredytowo klientów biznesowych za niewielką miesięczną opłatę. W ten sposób Tyre24 oferuje idealne środowisko dla ukierunkowanego połączenia dostawców i konsumentów z branży motoryzacyjnej.

Zbieranie cennych informacji o klientach za pośrednictwem rynku B2B

„Niektórzy sprzedawcy obawiają się konsekwencji biznesowych przeniesienia ich sprzedaży na platformę. Ale takie obawy są często nieuzasadnione”, mówi Michael Saitow. Zarówno w biznesie online, jak i offline, klient powinien być w centrum uwagi. „Ważne jest, aby dokładnie poznać klienta i zintegrować się z jego światem doświadczeń. Praca nad platformą B2B Tyre24 ma na celu nie tylko usprawnienie jej poprzez gromadzenie cennych danych o kliencie, ale również wykorzystanie ich w bardziej ukierunkowany sposób”, wyjaśnia Saitow. Ponadto, korzystając z platformy, dostawcy B2B zyskują wgląd w zwyczaje zakupowe swoich klientów: „Jakie marki kupuje?”, „Jak często je kupuje?”, „Jak wygląda klasyczny koszyk zakupów?” - Oparte na danych odpowiedzi na te istotne dla sprzedaży pytania nie tylko ułatwiają planowanie własnej sprzedaży, ale także dostarczają modeli przewidywania przyszłych zachowań klientów. Znajomość preferencji produktowych prowadzi do możliwości oferowania produktów, które są specjalnie dostosowane do potrzeb klienta.

Kontakt:

Agata Despet

PR / Content / Print Advertising Manager Polska i Francja

SAITOW AG/ Tyre24

Gewerbegebiet Sauerwiesen Technologie-Park I & II

67661 Kaiserslautern, Niemcy

Mail: agata.despet@tyre24.pl

Telefon: 0049 1606266690