

Onnistunut digitalisaatio tuo yrityksen parhaat puolet esiin – Etra avasi kattavan B2B-verkkokaupan

Etran syyskuussa julkaisema verkkokauppa on olennainen osa yrityksen digitalisaatiostrategiaa. Digian toteuttama verkkokauppa palvelee kattavasti erilaisia asiakasryhmiä. Etran verkkokauppa on asiakasystävällinen tilauskanava laajalle valikoimalla teollisuustuotteita ja tarvikkeita.

Kuluttajakauppaan verrattuna B2B-yritysten verkkokaupat ovat usein käytettävyydeltään ja toiminnallisuuksiltaan vielä takamatkalla, mutta kotimainen teknisen kaupan erikoisliike Etra tuo verkon vahvasti osaksi palveluitaan. Syyskuussa julkaistun verkkokaupan ajureina ovat olleet halu tarjota entistä saumattomampi asiakaskokemus digitaalisissa kanavissa sekä rutiinoiden automatisointi Etran myynnissä.

”Uuden verkkokaupan myötä asiakkailamme on jatkossa mahdollisuus päästä samaan tietoon, mitä Etran myyjillä on: he näkevät jatkossa ostohistoriansa sekä pääsevät tutustumaan Etran koko valikoimaan. Tämän myötä esimerkiksi uudelleenostot helpottuvat, mikä taas vapauttaa myös myyjiemme aikaa rutiinistöistä monipuolisempaan asiakaspalveluun”, kertoo Etola-yhtiöiden toimitusjohtaja **Mikael Etola**. Verkkokaupprojektissa Etralle suuritöisin osuus on ollut tuotetietojen tuoteominaisuuksien muokkaaminen hakurajauksien mukaisiksi ominaisuus- ja mittaluokiksi.

Verkkokauppa palvelee peräti viidellä eri toimintamallilla. Kirjautuneille yritysasiakkaille voidaan tarjota verkossa joko Etran koko valikoima tai rajatusti ennalta määritellyt tuotteet. Vaihtoehtoisesti Etran verkkokauppa voidaan integroida suoraan asiakkaan ostojärjestelmään tai tuoda ostojärjestelmään tuotelinkit ja hinnat sisältävä katalogi. Etran verkkokauppa palvelee lisäksi myös pienyrittäjiä, joille korttimaksu on tärkeä uusi toiminnallisuus.

”Tutkimusten mukaan digitaalisuus on voimakkaimmin kaupan toimialaa ja toimintaympäristöä muokkaava tekijä. Tukkukauppa on nähty toimialana, joka ei ole kulkenut digitaalisuuden kärjessä. Etra on tässä poikkeus, sillä heidän tähtäimessään on jatkuva toiminnan ja tuottavuuden tehostaminen toimitusketjua sekä asiakas- ja ostoprosesseja digitalisoimalla”, kommentoi Digian verkkokaupankäynnin liiketoimintajohtaja **Timo Halima**.

”Etralle toteutettu asiakasroolipohjainen verkkokauppa on hyvä esimerkki siitä, miten myös B2B-puolella voidaan jatkossa tarjota samankaltaista asiakaskohtaista personointia ja datan hyödyntämistä, johon jo kuluttajapuolella on totuttu”, Halima lisää.

Verkkokauppa on tärkeä osa Etran digitalisaatiostrategiaa, joka tähtää yrityksen vahvuuksien voimistamiseen.

”Digitalisaation avulla pystymme tuomaan Etran kyvykkyudet yhä voimakkaammin ja paremmin asiakkaiden saataville. Jo 2005 Etralla oli laaja valikoima laadukkaita tuotteita, monikanavaisuus sekä palveluasennetta ja osaamista, mutta digitalisaatio tuo sen entistä selvemmin esille”, Etola lisää.

Tuoreen verkkokaupan taustalla on Digia Enterprise -toiminnanohjausjärjestelmä, joka on ollut Etralla käytössä vuodesta 2005 lähtien. Canter Adeona -tuotetiedonhallinta otettiin käyttöön 2009. Itse verkkokauppa on toteutettu Magento 2 -teknologialla.

Lisätietoja:

Timo Halima
Liiketoimintajohtaja, verkkokaupankäynti
Digia Oyj
Puh. 040 702 8800

Digia on ohjelmisto- ja palveluyritys, joka auttaa asiakkaitaan uudistumaan verkottuvassa maailmassa. Meitä digilaisia on yli 1200. Juuremme ovat Suomessa, ja toimimme asiakkaidemme kanssa kotona ja kansainvälisesti. Rakennamme yhteispeleillä maailmaa, jossa digitaalisuus toimii ja tuntuu. Digian liikevaihto vuonna 2018 oli 112,1 miljoonaa euroa. Yhtiö on listattuna Nasdaq Helsingissä (DIGIA). Digia.com