



Erfolgreich dank zufriedener Kunden

200

engagierte Mitarbeiter*innen steigern die Kundenzufriedenheit.

50 %

der Gesamtumsätze sollen zukünftig online erwirtschaftet werden.

+25 %

Steigerung des durchschnittlichen Warenkorbwertes in der ersten Pilotphase.



DIE HERAUSFORDERUNG

- signifikante Steigerung der Kundenzufriedenheit und -treue
- mehr Online-Umsatz und höhere Rentabilität durch Up- und Cross-Selling
- Optimierung des Produkt- und Serviceportfolios durch die Analyse von Kundendaten
- Effizienzsteigerung durch zeitsparende, transparente digitale B2B-Vertriebs-, Service- und Logistikprozesse

DIE LÖSUNG

- moderner, zukunftssicherer digitaler B2B-Vertriebskanal auf Basis der Intershop Commerce Plattform, betrieben in der Microsoft Azure Cloud
- leistungsstarke B2B-Features, z. B. für die Abbildung hochkomplexer Genehmigungs-Workflows und kundenspezifischer Staffelpreise
- integriertes PIM-System für die effiziente Verwaltung umfangreicher Produktinformationen
- vielfältige Möglichkeiten für ein profitables Cross- und Upselling dank komfortabler Bestellfunktionen

ÜBER PAREDES

Seit mehr als fünf Jahrzehnten entwickelt, produziert und vertreibt die Paredes-Gruppe innovative Produkte und Lösungen für die professionelle Hygiene und Sicherheit. Mit einem Umsatz von 220 Millionen Euro im Jahr 2020 ist Paredes das zweitgrößte Unternehmen seiner Branche in Frankreich. Um auf die veränderten Herausforderungen seiner Kunden optimal reagieren zu können, sind die Vertriebsteams bei Paredes in vier Kompetenzbereiche unterteilt. Dies ermöglicht es den 200 engagierten Experten, die Bedürfnisse der Kunden genau zu verstehen und ihnen perfekt abgestimmte Lösungen anzubieten. Mit dem neuen digitalen Vertriebs- und Serviceportal stärkt Paredes seinen erstklassigen Kundenservice und sorgt für eine Perfektionierung des Kundenerlebnisses.

www.paredes.fr

Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit im Fokus

Als Francois Thuilleur 2017 die Leitung von Paredes übernahm, wollte er den Konzern wieder auf Wachstumskurs bringen und seine Wettbewerbsfähigkeit steigern. Erfolgsfaktoren für dieses ambitionierte Vorhaben waren die Partnerschaft mit Microsoft und die Implementierung der leistungsstarken Intershop Commerce Plattform.

Emilie Caplat, Director Customer Support and Digital Transformation, erklärt: „Wir wollten die Innovationsstärke von Paredes wieder in den Fokus rücken. Das Thema Digitalisierung bot hier eine geeignete Spielwiese. Wir haben die Kundeninteraktion revolutioniert, indem wir das volle Potenzial der Digitalisierung ausschöpfen.“

Der Anspruch: ein innovativer B2B-Vertriebskanal

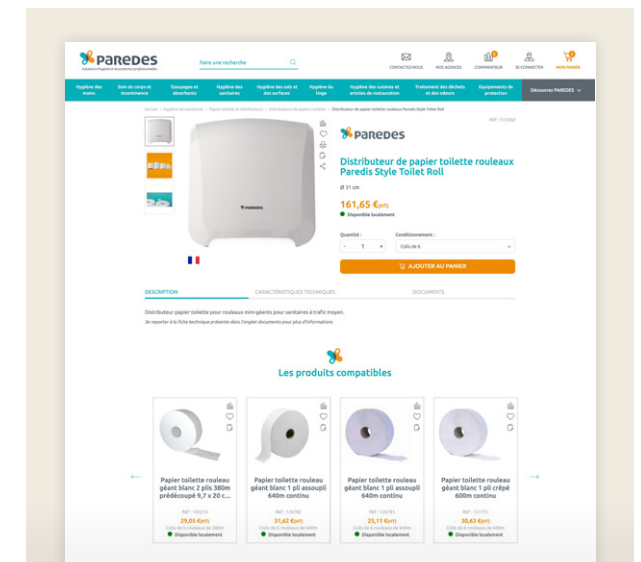
Der erste Schritt im Rahmen dieser Neupositionierung war die Realisierung eines neuen digitalen Vertriebskanals: „Wir waren auf der Suche nach einer E-Commerce-Lösung mit umfangreichen leistungsstarken B2B-Features, die beispielsweise hochkomplexe Preisgestaltungs- und Genehmigungs-Workflows abbilden kann. Microsoft hat uns bei der Wahl und Implementierung der Intershop Commerce Plattform maßgeblich unterstützt“, erklärt Emilie Caplat.

Der neue Online-Shop auf Intershop-Basis erfüllt alle Anforderungen des B2B-Geschäfts, auch

komplexe Preisstaffelungen für unterschiedliche Kunden lassen sich perfekt abbilden. Ein weiterer Vorteil ist, dass die Intershop-Lösung über ein eigenes Product Information Management (PIM)-System verfügt, das es Paredes ermöglicht, umfangreiche Produktinformationen effizient zu verwalten.

Das Ergebnis: zufriedene Kunden und mehr Umsatz

Mit der Intershop Commerce Plattform kann Paredes sein Versprechen einer vollständigen und rechtzeitigen Lieferung („OTIF“ – On Time In Full) einhalten. Kunden haben nun die Möglichkeit, die Verfügbarkeit von Produkten abzufragen, und bestellen vor allem diejenigen, die sofort verfügbar sind. Auf diese Weise ist für effizientere Logistikprozesse sowie eine signifikante Zeitersparnis auf Kundenseite gesorgt.



„Wir liefern im Schnitt einen Tag schneller. Mit der Intershop-Lösung können wir unseren Bestand besser überwachen und Lieferungen einfacher verwalten. All dies stärkt die Kundenzufriedenheit“, sagt Emilie Caplat.

Und das ist noch nicht alles. Durch die Umstellung des Produktkatalogs und der Unternehmenswebsite auf Intershop haben die Kunden heute einen besseren Überblick über das gesamte Paredes-Portfolio. Sie entdecken neue Produktfamilien und kaufen mehr ein. „Der digitale Kanal eröffnet uns neue Up- und Cross-Selling-Potenziale. Der durchschnittliche Warenkorb ist bei unseren Pilotkunden um 25 % gestiegen“, freut sich Emilie Caplat.

Positive Resonanz – intern wie extern

Auch im Konzern selbst ist die Veränderung spürbar. „Intern stößt die Implementierung des Online-Shops auf durchweg positive Resonanz. Unsere Mitarbeiter haben sich mit der Lösung sehr gut angefreundet und nutzen die Commerce-Plattform, um z. B. die Verfügbarkeit von Beständen zu prüfen oder die Kommunikation mit Kunden zu verbessern. Vor allem die Vertriebsmitarbeiter haben festgestellt, dass die Intershop-Lösung den B2B-Einkauf erleichtert und daher gut von den Kunden angenommen wird.“

Da alle Mitarbeiter von der neuen Intershop-Lösung profitieren, blickt Paredes zuversichtlich in seine digitale Zukunft: „Die Akzeptanz des neuen digitalen

Vertriebskanals sowie dessen positive Resultate öffnen Türen für zukünftige Digitalisierungsinitiativen. Die Einführung der Intershop-Lösung hat es uns ermöglicht, unsere Teams zu entlasten und Zeit zu sparen, insbesondere bei der Verwaltung unserer Produktzyklen. Im Alltag arbeiten sie jetzt effizienter zusammen“, sagt Emilie Caplat.

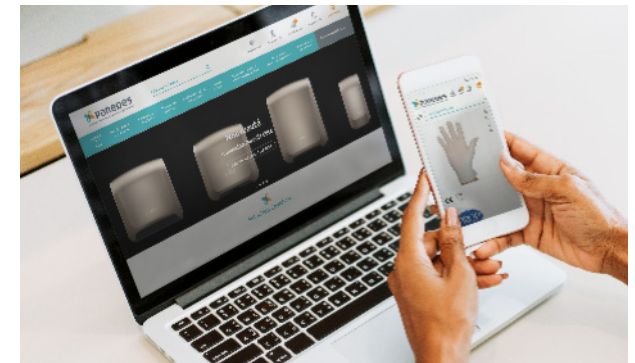
Ein weiterer Pluspunkt: Durch die Analyse gesammelter Kundendaten kann Paredes personalisierte Marketingkampagnen fahren. Zudem profitieren Kunden und Vertriebsmitarbeiter von effizienteren Prozessen und mehr Transparenz im Hinblick auf Produktinformationen, Preise und Warenverfügbarkeiten.

Nächste Meilensteine zur Stärkung des digitalen Geschäfts

Der Konzern beabsichtigt, sein Online-Geschäft weiter zu stärken. In naher Zukunft plant Paredes, die PunchOut2Go-Funktionalität für Intershop in sein bestehendes System zu integrieren. Damit können Einkäufer direkt über das digitale Beschaffungssystem ihres Unternehmens auf den Katalog von Paredes zugreifen und Produkte zu vertraglich vereinbarten Konditionen bestellen. Paredes kann dadurch noch größere Kundengruppen adressieren (insbesondere die mit einer eigenen E-Procurement-Anwendung) und zusätzliche Marktanteile sichern.

„Gemeinsam mit Microsoft entwickeln wir die Funktionalitäten des digitalen Kundenportals weiter,

welches zum Dreh- und Angelpunkt für alle unsere digitalen (Self-)Services wird. Langfristig ist es unser Ziel, 50 % unseres Umsatzes über die Intershop Commerce Plattform zu generieren und damit der führende Online-Shop für Hygieneprodukte und -lösungen in Frankreich zu werden“, schwärmt Emilie Caplat.



„Vor allem die Vertriebsmitarbeiter haben festgestellt, dass die Intershop-Lösung den B2B-Einkauf erleichtert und daher gut von den Kunden angenommen wird.“

Emilie Caplat, Director Customer Support and Digital Transformation, Paredes

ÜBER INTERSHOP

Immer in Ihrer Nähe

Die Intershop Communications AG (gegründet 1992, Prime Standard: ISHA) unterstützt weltweit führende Hersteller und Großhändler dabei, ihren Vertrieb innovativ zu digitalisieren.

Auf Intershops Cloud-basierter E-Commerce-Plattform können B2B-Unternehmen ihre digitale Präsenz auf- und ausbauen, ein konsistent positives Kundenerlebnis schaffen und so nachhaltig den Online-Umsatz steigern. Mit der Erfahrung aus über 25 Jahren digitalem Handel und einer weltweiten Präsenz helfen wir über 300 Kunden, Produkte in Umsätze zu verwandeln und die Beziehungen zu ihren Kunden dauerhaft zu verbessern.

Intershop is built to boost your business. Erfahren Sie mehr unter www.intershop.de.



USA



**Octavio
Perales**

o.perales@intershop.com

EUROPA



**Frank
Andersen**

f.andersen@intershop.de

AUSTRALIEN & NEUSEELAND



**Emmeline
Ng**

e.ng@intershop.com

ASIEN & PAZIFIK



**Kanyasiri
Panasahatham**

kanyasiri@intershop.com