



# Kanalübergreifend kundenorientiert

220

Mio. Euro Umsatz  
im Jahr

1926

gegründet

16

Niederlassungen



## DIE HERAUSFORDERUNG

- digitale Transformation der Baubranche: Launch eines modernen B2B-Vertriebskanals für mehr Kundenzufriedenheit und Effizienz
- hohe Skalierbarkeit und flexible Abbildung der komplexen Geschäftsprozesse von Bauunternehmern
- Sicherstellung einer nahtlosen Buying Journey auf allen Kanälen

## DIE LÖSUNG

- Realisierung eines modernen B2B-Online-Shops auf Basis der leistungsstarken Intershop Commerce Plattform mit umfangreichen B2B-Standardfunktionen
- Steigerung der Kundenzufriedenheit durch Omnichannel-Ansatz, personalisierte Online-Kundenumgebungen und digitale Self-Services
- nahtlose Integration in die bestehende IT-Landschaft

## ÜBER STIHO GROEP

Im Jahr 2016 hat die Stiho Groep B.V. mit ihren 700 Mitarbeitern an 37 Standorten einen Umsatz von 221 Millionen Euro erwirtschaftet. Ihr IT-Dienstleister Sybrand's Place baut nun das Online-Geschäft für die Marken Stiho und Baars & Bloemhoff aus.

[www.stiho.nl](http://www.stiho.nl)



Seit über 90 Jahren ist die Stiho Groep als Großhändler für die Baubranche tätig. Gerrit Sybrand Pelt gründete 1926 den Holzhandel Stichtsche, aus dem der heutige Konzern hervorging, der nunmehr mit seiner digitalen Lösung Neuland im Baugewerbe betritt.

Während das digitale Zeitalter im Baugewerbe relativ schleppend Einzug hält, hat die Stiho Groep frühzeitig erkannt, welch enormes Vereinfachungspotenzial in digitalen Tools steckt. Mit ihrem neuen, rein auf das Online-Geschäft ausgerichteten IT-Dienstleister Sybrand's Place möchte die Stiho Groep bei Bauunternehmern mit höherer Kundenzufriedenheit entlang der Customer Journey, einer hohen Reaktionsfähigkeit auf dringenden Bedarf und großer Innovationskraft punkten.

## Kundenorientierung

Am Anfang der Digitalisierungsinitiative der Stiho Groep stand der Wunsch, ihre Kunden besser bedienen zu können. Im Baugewerbe geht die Arbeit häufig über die „normalen“ Bürozeiten hinaus. Das Unternehmen wollte seinen Kunden die Möglichkeit bieten, die benötigten Waren an sieben Tagen der Woche rund um die Uhr beziehen zu können. Wenn herkömmliche Vertriebskanäle bereits geschlossen haben, beispielsweise spätabends und am frühen Sonntagmorgen, können Kunden ihre Einkäufe nun online über den von Sybrand's Place eingerichteten Shop <https://www.stiho.nl> tätigen. Darüber hinaus können sich Bauunternehmer dank dieses neuen Online-Angebots auf ihre eigentliche Arbeit konzentrieren.

## Eine neue Arbeitsweise

Der Entwicklung von Sybrand's Place lag nicht nur der Gedanke zugrunde, einen digitalen Vertriebskanal zu schaffen. Vielmehr sah die Stiho Groep dieses Online-Angebot für ihre Geschäftstätigkeit im Baugewerbe als wesentlich an. Bis zum Jahr 2020 möchte sich die Stiho Groep zu einem wahren Omni-Channel-Unternehmen entwickeln und erhofft sich von ihrem digitalen Angebot, dass mindestens die Hälfte ihrer Kunden bis dahin mit ihr digital vernetzt sein werden.

In diesem Bestreben hat der Konzern die Gelegenheit ergriffen, Investitionen zu tätigen und die Customer Journey seiner Kunden detailliert abzubilden. Obwohl die Stiho Groep mit ihren Kunden bereits sehr vertraut war, hatte sie sich noch eingehender mit den Unternehmen und Personas dahinter befasst, bevor sie die genaue Ausgestaltung ihrer E-Commerce-Plattform in Angriff nahm.

Der Konzern definierte fünf Rollen und Customer-Journey-Konzepte für seine Unternehmen Stiho und Baars & Bloemhoff, um zu verstehen, inwiefern Sybrand's Place die Geschäftstätigkeit seiner Kunden verbessern könnte. Dazu musste der Konzern bei jeder Rolle genau wissen, in welcher Phase der Customer Journey sich ein Kunde befand, welche Emotionen damit verbunden waren und ob der Kunde eine B2B-Plattform nutzen würde, um damit beispielsweise Projektkalkulationen vorzunehmen, das Volumen benötigter Materialien zu bestimmen und Zeitpläne abzustecken.

Diese Erkenntnisse wurden von Sybrand's Place in Servicekonzepte überführt: So können Bestellungen online aufgegeben, Rechnungsverläufe eingesehen sowie Produktinformationen, Neuigkeiten und Tipps abgerufen werden. Darüber hinaus lassen sich Online-Umgebungen mit den jeweils am häufigsten bestellten Produkten personalisieren und eine Textnachricht bei Versand der Bestellung verschicken.

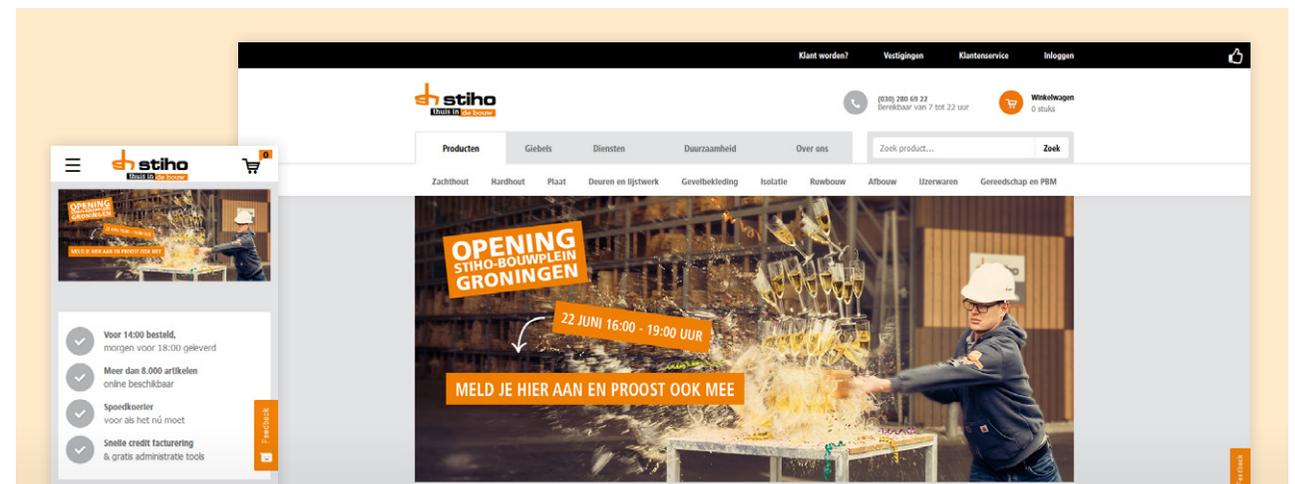
## Flexibilität

Als Entwicklungspartner für die eigentliche E-Commerce-Plattform wählte die Stiho Groep das Unternehmen Intershop. Ausschlaggebend für diese Entscheidung waren die modulare Technologie, das Partner-Ökosystem und insbesondere das umfangreiche Angebot an B2B-Standardfunktionen von Intershop. Die Plattform, die von der E-Commerce-Agentur De Nieuwe Zaak implementiert wurde, stellt nicht nur eine individuelle Lösung dar, sondern ist problemlos mit der sonstigen Software des Konzerns kompatibel.

Das Baugewerbe ist häufig wirtschaftlichen und politischen Umwälzungen unterworfen, und während einige Unternehmen darin ein Risiko sehen, hält die Stiho Groep Digitalisierung für eine riesige Geschäftschance. Mit großer Sorgfalt hat der Konzern Technologie ausgewählt, die seinem Wunsch

nach Flexibilität entspricht. Die digitale Transformation bei der Stiho Groep musste nicht nur für die Kunden und Lieferanten, sondern auch für die Mitarbeiter relevant sein. Immerhin nimmt die digitale Lösung Einfluss darauf, wie die Mitarbeiter mit Kunden in allen Unternehmensbereichen von der Logistik bis hin zum Vertrieb interagieren. Einen Teil des Werts der neuen Marke Sybrand's Place macht deren schnelle Anpassungsfähigkeit aus.

Die Stiho Groep weiß aus eigener Erfahrung, was für ein intensiver Prozess die Digitalisierung ist. Doch im gleichen Zug ist das Unternehmen davon überzeugt, dass es weiterhin florieren wird, solange es kundenorientiert denkt und keine Scheu davor hat, Fehler zu machen.



## 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 nach-

haltig den Online-Umsatz steigern. Mit der Erfahrung aus über 30 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](http://www.intershop.de).



## SPRECHEN SIE MIT UNSEREN EXPERTEN

[www.intershop.com/de/standorte](http://www.intershop.com/de/standorte)  
[info@intershop.de](mailto:info@intershop.de)