

**martin&servera**

# B2B-Handel à la Carte

**70 %**

Anteil der Online-Umsätze  
am Gesamtumsatz

**2018**

Launch der neuen E-  
Commerce-Plattform

**13**

Verkaufsstellen



## DIE HERAUSFORDERUNG

- Digitalisierung von Bestellprozessen für ein komfortables Kundenerlebnis, das durch die einfache Bestellung auf einer Online-Plattform geboten wird
- neue Website mit authentlichem B2C-ähnlichem Einkaufserlebnis und leistungsstarken Funktionalitäten für die spezifischen Anforderungen von B2B-Unternehmen
- speziell auf den Kunden zugeschnittene Produkte durch die Personalisierung von Produktinhalten

## DIE LÖSUNG

- Intershop Commerce Plattform mit umfangreichen Personalisierungsfunktionen zum Ausspielen relevanter, auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittener Inhalte
- einfache Integration in die bestehende IT-Landschaft und leistungsstarke B2B-Funktionalitäten out-of-the-box
- Realisierung eines innovativen, B2C-ähnlichen Einkaufserlebnisses
- Voice Commerce: sprachgesteuerte Bestellung von Lebensmitteln und Gastronomieprodukten über Google Assistant

## ÜBER MARTIN & SERVERA

Martin & Servera ist eine schwedische, familiengeführte Unternehmensgruppe. Die dazugehörigen Firmen liefern täglich Getränke, Frischwaren, Lebensmittel, Ausstattungen und Dienstleistungen an Restaurants, Cafés, Bars und Kantinen in ganz Schweden.

[www.martinservera.se](http://www.martinservera.se)

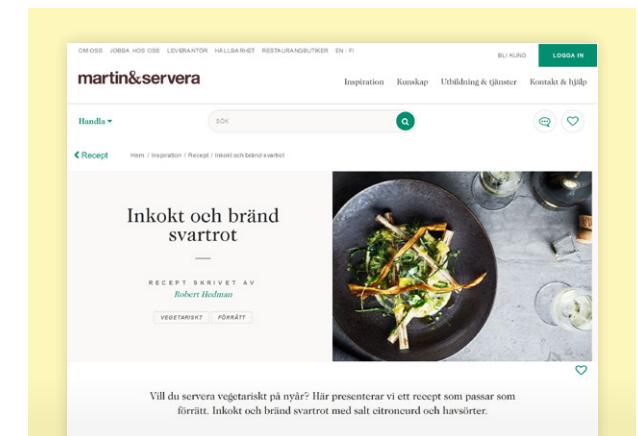
Die Martin & Servera-Gruppe ist ein schwedischer Marktführer in den Bereichen Lebensmittel, Getränke und Gastronomiebedarf. Das B2B-Unternehmen besteht aus der Konzernmutter Martin & Servera sowie mehreren Tochtergesellschaften, darunter Fällmans Kött, Grönsakshallen Sorunda und Restaurantbutiker. Täglich bringen Landwirte und Produzenten ihre Produkte zu Martin & Serveras Lagerhäusern, von wo aus sie dann z. B. an Restaurants, Caterer, Cafés oder Bars geliefert werden.

Martin & Servera bietet seinen Kunden seit langem ein B2B-Portal, über das sie ihre bevorzugten Produkte online bestellen können. „Wir verbessern diesen Kanal kontinuierlich, um mit neuen Anforderungen Schritt zu halten“, sagt Kristina Ossmark, Marketing Director bei Martin & Servera. „E-Commerce macht heutzutage 70% unseres Geschäfts aus, weshalb wir unseren B2B-Kanal regelmäßig aktualisieren. Unser letzter Launch im Januar 2018 war eine neue E-Commerce-Lösung, die Intershop Commerce Plattform. Sie lässt sich leicht in unsere IT-Landschaft integrieren und bietet viele B2B-Commerce-Funktionen, insbesondere mit Fokus auf Omnichannel. Eine der wichtigsten Verbesserungen ist, dass unsere neue Webseite ein authentisches B2C-ähnliches Einkaufserlebnis bietet, das ein Must-Have für B2B-Händler geworden ist. Es funktioniert für jeden, ist einfach zu bedienen und ermöglicht es uns, alle unsere Web-Inhalte auch auf der Plattform zu implementieren.“ Martin & Servera

erreichte mit solchen innovativen Lösungen einen Platz in der Liste der zehn besten Web-Shops in Schweden – als einziger B2B-Kandidat.

## Verbesserung der Kundenzufriedenheit

„Die Meinung unserer Kunden über uns ist sehr wichtig“, sagt Ossmark. „Wir haben uns für eine Plattform entschieden, die einen hohen B2C-Vibe hat, weil die Menschen es gewohnt sind, in solchen Web-Shops zu kaufen. Daher können viele Erkenntnisse aus B2C-Unternehmen auf uns übertragen werden. Wir schulen unsere Kunden, online zu bestellen, und wir sehen, dass dies in zweierlei Richtung erfolgreich ist. Zum einen wächst unsere Commerce-Plattform weiterhin um rund 10% pro Jahr,



zum anderen hat sich die Rolle unserer Vertriebsmitarbeiter im Laufe der Zeit verändert. Früher nahmen sie Bestellungen hauptsächlich per Telefon entgegen. Jetzt arbeiten sie mit ihrer Expertise an der Pflege und dem Ausbau der persönlichen Beziehungen, die im B2B-Markt von großer Bedeutung sind.“ Die einfache Bestellung auf einer Online-Plattform bietet auch ein komfortables und schnelles Kundenerlebnis, da die Kunden jederzeit nach ihren Wünschen bestellen können.

Martin & Servera findet die neue Lösung hervorragend und zukunftsfähig: „Es ist wichtig, die Innovation weiter voranzutreiben, um einen besseren Service und eine leistungsfähigere Plattform zu entwickeln“, sagt Ossmark. „Deshalb organisieren wir Lunch-Sessions und Tests mit ausgewählten Kunden. Wir wollen wissen, was sie denken und was sie von einigen möglichen Änderungsvorschlägen halten, die wir umsetzen könnten. Auf diese Weise können wir lernen und besser verstehen, warum und wie unsere Plattform genutzt wird. So kommen Probleme, die in der Customer Journey oder beim Besuch des Web-Shops auftreten könnten, ans Licht, solange sie klein sind. Wir nutzen diese Erkenntnisse, um unsere Online-Services weiter zu verbessern. Das können kleine Änderungen sein, wie das Auswechseln eines Buttons, oder größere Änderungen, zum Beispiel die Umstellung auf personalisierte Kommunikation, die wir kürzlich begonnen haben. Letzteres ist wichtiger denn je, zumal sich unser Kundenkreis so stark unterscheidet“, erklärt Ossmark.

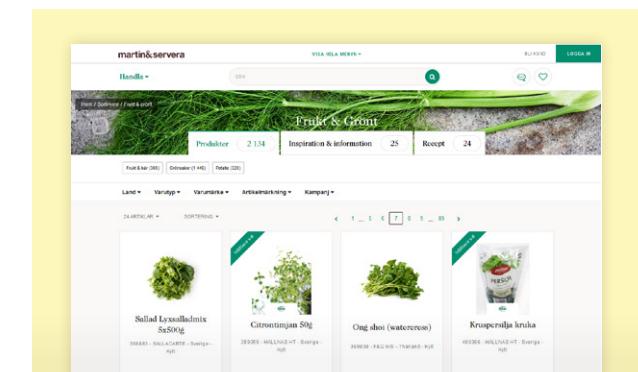
## Personalisiertes Erlebnis für Kunden

Es gibt zahlreiche Änderungen in einem Web-Shop, um das Einkaufserlebnis für einen B2B-Kunden noch besser zu machen. Ein sehr beliebtes Element ist das Angebot spezifisch auf den Kunden zugeschnittener Produkte. „Wir haben damit begonnen, Produktinhalte für unsere Kunden zu personalisieren. Die Intershop-Plattform ermöglicht es uns, verschiedene Seiten mit relevanten Inhalten anzuzeigen, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Auf diese Weise sieht eine Pizzeria, die einmal pro Woche bestellt, andere Produkte mit anderen Preisen als eine Restaurantbesitzerin, die 40 Restaurants hat und täglich bestellt. Für unsere qualifizierten B2B-Kunden mit ihren eigenen spezifischen Fragen und Anforderungen ist dies ein sehr wichtiges Merkmal. Da wir dies jetzt in einer sehr B2C-ähnlichen Weise präsentieren können, können wir unsere Kunden viel besser in ihren Vorstellungen abholen“, sagt Ossmark.

## Ein bedeutender Marktführer

Der schwedische Markt ist für Martin & Servera noch lange nicht gesättigt. „Derzeit bedienen wir Schweden und einen kleinen Teil Finnlands und sind der mit Abstand größte Großhändler in der schwedischen Gastronomie. Wir verfügen über umfangreiche Marktkenntnisse, eigene Lager und Logistikdienstleistungen, die es uns ermöglichen, unseren Kunden einen hervorragenden Service zu bieten. Wir können unsere Produkte frisch und kalt liefern. Im Mittelpunkt unserer Zukunftsplanung

steht die weitere Optimierung unserer Dienstleistungen, sowohl online als auch in der Logistik und anderen Bereichen. Mit unserer neuen B2B-Plattform und den Plänen, die wir zur Verbesserung unseres Geschäfts haben, arbeiten wir an einem starken, nachhaltigen Zukunftsmodell“, so Ossmark abschließend.



**„Mit unserer neuen B2B-Plattform und den Plänen, die wir zur Verbesserung unseres Geschäfts haben, arbeiten wir an einem starken, nachhaltigen Zukunftsmodell.“**

Kristina Ossmark, Marketing Director bei  
Martin & Servera

**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)