

Barcelona, Noviembre 2015

Distribuidores B2B se reúnen con motivo del Mercateo Supplier Day en Leipzig**Nuevas ofertas de distribución revolucionan el comercio B2B**

El 05 de mayo Mercateo reunió en Leipzig a los principales proveedores alemanes B2B con motivo del Mercateo Supplier Day. En el histórico edificio de la antigua bolsa de Leipzig, más de 100 participantes pudieron hablar sobre la digitalización en los procesos de compra y sobre el reto que supone para los distribuidores la integración de sus clientes en una plataforma de compra. Con el nuevo servicio de Mercateo “La tienda online para distribuidores” Mercateo se lanza a la gestión de pedidos y a la facturación de los proveedores y se posiciona como una plataforma neutra de transacción.

Más de 100 distribuidores y fabricantes tales como Staples Deutschland GmbH & Co.KG, Fujitsu Technology Solutions GmbH o Kyocera Document Solutions GmbH estuvieron presentes en el evento para informarse sobre el desarrollo del comercio electrónico B2B y sobre el potencial empresarial que les ofrece Mercateo.

“Cada vez más empresas confían en Internet para cubrir sus necesidades. La revolución digital ha modificado la relación entre el proveedor y el cliente, ya que hasta ahora, solo un contacto personal aseguraba la relación con el comprador”, aclara Lars Schade, director de proveedores de Mercateo. Por ello, los distribuidores se enfrentan a nuevos retos para poder seguir siendo competitivos en el mercado.

El Mercateo Supplier Day presentó a los asistentes una visión general sobre los cambios en las estructuras del mercado. “Queríamos que los proveedores conocieran las oportunidades que ofrece esta revolución 4.0. La red de conexiones es el futuro. Cada uno debe ver qué criterios le permiten evaluar correctamente las conexiones que crea y cómo beneficiarse de estas”, comenta Lars Schade. A lo largo de las conferencias se mostraron diferentes perspectivas. Martin Groß-Albenhausen, director de BEVH Services GmbH (Asociación federal de comercio electrónico y de ventas a distancia) presentó el cambio que ha tenido lugar en el comportamiento de los compradores: “el concepto de vendedor ha cambiado para los fabricantes y para los compradores. Esto puede suponer todo un reto para los proveedores, ya que ahora, los fabricantes pueden llegar mejor a sus clientes a través de buscadores, plataformas online o mediante propios recursos en Internet.

Marcus Eisele, jefe de equipo del departamento de control, gestión y procesos de aprovisionamiento de MVV Energie AG, una de las empresas de energía líderes en Alemania, explica su visión desde su posición. Los procesos digitales de compra hacen posible una mayor transparencia. El cliente ahora tiene ventaja al utilizar una interfaz digital en la que puede elegir sus mejores opciones. Además, el uso de una plataforma digital aumenta la flexibilidad. “Los intereses de los distribuidores son ahora distintos. Como cliente B2B no esperamos tan solo buenos precios, también esperamos calidad en los procesos de compra y una buena integración de nuestro sistema”, indica Marcus Eisele observando la evolución actual. A lo largo de las conferencias se mostró un gran interés respecto a la integración de sistemas en la plataforma, por lo que este tema volverá a tratarse en futuros eventos.

Sebastian Wieser, director general de Mercateo AG, presentó al final de las conferencias las nuevas posibilidades que ofrece Mercateo a los proveedores en cuanto a la utilización de la empresa como una plataforma de transacción para hacer negocios con sus propios clientes. “La tienda online para distribuidores” permite a los vendedores B2B activar con un solo clic su tienda con su propia marca. Así, pueden acceder al conjunto de procesos de e-procurement B2B de la plataforma Mercateo contando con resultados eficaces y ampliamente reconocidos. Sebastian Wieser describió estas ventajas basándose en lo siguiente: “ los proveedores que tienen a sus clientes en Mercateo han resuelto los problemas relativos a la digitalización y a la integración en su sistema y pueden emplear más tiempo para el trato con sus clientes. De la misma forma, el proveedor no tendrá que ocuparse de temas como la facturación y los plazos de pago y podrá así dedicarse a sus actividades prioritarias. Esto no es más que un soplo de aire fresco para el futuro”.

Lars Schade, director del departamento de proveedores , resumió así el positivo balance del evento: “los proveedores se han visto obligados a utilizar plataformas como Amazon. Entre los profesionales empieza también a hablarse sobre la industria 4.0. En el Mercateo Supplier Day, presentamos una solución dirigida a los proveedores para que sepan cómo pueden utilizar en su beneficio las nuevas prestaciones que ofrece el comercio B2B y a la vez reforzar la relación con sus clientes a través de la plataforma Mercateo”.



Mercateo Supplier Day 2015

Acerca de Mercateo

Mercateo es la plataforma de aprovisionamiento líder en Europa, donde interactúan cientos de proveedores, miles de fabricantes y más de un millón de clientes industriales. Como proveedor, puede utilizar Mercateo como canal de distribución pionero para conseguir un aumento de sus ventas. Como comprador, puede lograr un notable ahorro en el aprovisionamiento de sus requerimientos técnicos y comerciales.

Nuestra oferta se dirige exclusivamente a clientes profesionales como autónomos, PYMEs o instituciones públicas. Además de utilizar la gama de productos de la plataforma, las empresas pueden integrar sus contratos marco de sus proveedores y utilizar un sistema modular funcionalidades de *e-procurement* y obtener así una notable mejora en la eficiencia y optimización de los procesos de compras.

A parte de España, Mercateo está presente en 12 países europeos más.

En 2014, los ingresos ascendieron a 160 millones de Euro con un crecimiento anual medio de más del 25% en los últimos 5 años.

Contacto:
Mercateo España S.L.
C/Aribau 175, 3 2B
08036-Barcelona
prensa@mercateo.es
www.mercateo.es