

ALFA HOGAR, S.L.U.:

ALFA 2020-1920: Haritutako istorioak



Luis Alfonso Fano Ereñozaga

lfano@alfalan.es

649489146

<http://www.historiashiladas.com>



Jarduera: ALFAK josteko makinak eta osagarriak diseinatu eta merkaturatzen ditu duela 100 urtetik. Josteko makinaren merkatu nazionalaren erreferentzia da, eta azken urteotan nazioarteko merkatua garatu du.



Sektorea: Etxetresna elektrikoen handizkako merkataritza



Enplegatutako pertsonen kopurua: 16



Lokalizazioa: Torrekua Kalea, 3, 20600 , Eibar, Gipuzkoa

NAZIOARTE mailako berrikuntza ERRADIKALA**Zergaitik izango litzateke berrikuntza kasu praktiko bat?**

Ehun urte baino gehiagoko enpresa baten benetako esperientzia da (orain txikia, lehen korporazio handia), eta bere lehiakortasuna hobetzea lortu du, salmentak nabarmen handituz eta bere biziraupena arriskuan jartzen zuen finantza-egoera ahula gaindituz. ALFAK zerbitzu berriak jarri ditu abian josteko makinak saltzeaz gain, eta bezeroekin modu eraginkorrean konektatu da kanal berrien eta digitalizatuen bidez. Berrikuntza horri esker, ALFA jostentzaren tokiko eta nazioarteko merkatuan berriro ere erreferentzia gisa kokatzen da.

KASU PRAKTIKOARI BURUZKO INFORMAZIO ZEHATZA

ALFAren erantzun berritzailea marketin-estrategia berritzaile bat oso denbora laburrean abiaraztea izan da, kostura bideratutako industria-sektore batean. ALFA manufaktura-industria tradizionalako enpresa txiki baten kasua da, bezeroarenganako orientazioa berritu du, teknologia berriek eta digitalizazioak eskaintzen dituzten aukera guztiak erabiliz, bai eta berrikuntza-ekosistemarekiko konexioa ere.

Josteko makinaren egungo bezeroak ekipoaren kalitatea eta funtzionaltasuna bilatzen ditu, baina, batez ere, josten ikastearen esperientzia, jakabide jasangarriago berriekin lotutako aisialdiko jarduera baita. “ALFAK, makina bat saltzeaz gain, jostentzaz gozatzen laguntzen dizu”.

Horretarako, ALFAK balio-proposamen berri bat sortu du zerbitzu berriekin, kontsumitzaile gazteen segmentuekin konektatzeko eta haien portaera-aldaketak hertsiki zaintzeko aukera ematen dioten kanal berriak artikulatuz, arreta omnikanala optimizatuz.

Nola egiten ari da? Barne-gaitasunak eta diferentzialak garatuz, industria-gaitasunez haratago, diseinuan (Mondragon Unibertsitateko Goi Eskola Politeknikoko “Produktu eta Zerbitzuen Diseinu Estrategikoko Masterreko” beken programa), merkaturatzean eta banaketan (amazon, mediamarkt), prestakuntzan (jostentzako akademiak), komunikazioan (Shine Iberia), IKT teknologian (K35) eta datuen analisian (La Digital) espezializatutako aliatu eta kolaboratzaileen sare indartsu baten laguntzarekin, bai eta hurbilen dauden erakunde publikoen laguntzarekin ere (Gipuzkoako Foru Aldundia eta Eibarko Udala).

“Historias Hiladas” kasuak berrikuntza emaitza ekonomiko bikainekin lotzen du; izan ere, marketin intentsiboko ekintzak aplikatzen ditu lankidetzan, baina kostu txikikoak, eta gizarte-balioa sortzen du (tokiko enplegua eta emakumezkoa proportzio handi batean, eta aisialdia adin guztientzat), bai eta ingurumen-balioa ere (jostentza ehun-produktuen erosketa masiboaren eragina murrizteko palanka gisa).

Aurrekariak

2015ean, ALFAK, eraldaketa askoren ondoren, erroka estrategikoko garrantzitsuei aurre egin behar izan zien, hala nola retaileko aldaketan online merkataritza finkatzearekin, gizartearen ohitura-aldaketak aisia-jostentzarekin edo komunikazio-kanal berriekin lotuta, eta, horrez gain, hartzekodunen hitzarmenari aurre egiteko kezkak, salmenta-kanal preskriptoreetan duten posizionamendua edo presentzia nazional eskusiboa. Testuinguru horretan, ALFAK jostentzan arreta jartzea eta merkatuan berriz kokatzea erabakitzen du.

Erroka

ALFAK jostentzaren merkatuan lidergoa berreskuratu eta nazioarteko merkatu berrietan sartu nahi du. Horretarako, “preskripzioan lider” izateko aukera estrategikoan jartzen du arreta, bere helburuak eta marketin-tresnak berformulatuz. Eta hori guztia finantza-betebeharrak lehenbailehen konpontzeko beharrezkin.

Ekintzak

1. Prozesuen araberako kudeaketa ezartzea, pertsonen talentu guztiari etekina ateratzeko, marketineko arduradunaren figura sortzea eta pertsona guztientzako josteko gaitasunak garatzea.
2. Bezeroa ardatz duen marketin-estrategia berria diseinatzea: merkatua gidatzea, produktuen preskripzioa funtsezko tresna gisa erabiliz. “Historias Hiladas” josteko esperientziaren gidari gisa.
3. “Academias Amigas de Alfa” sarea sortzea, 2019 eta 2020 bitarteko preskripzio-kanal gisa.
4. Lankidetzaren eta aliantza-estrategia bat hedatzea balio-kateko funtsezko agenteekin, modu integralean, diseinu industrialetik hasi eta online kanalaren kudeaketara arte.
5. Zerbitzu gehigarri berriak garatzea: jostentzako online ikastaroak, jostentza ekitaldietan parte hartzea, laguntza pertsonalizatua, unean uneko telefono bidezko arreta edo tutorialak, produktuari esportazio-merkatu berrietan laguntzeko (Hego Amerika, Suitza, Suedia, Portugal, Britainia Handia eta Polonia).
6. Marketin-ekintzen ibilbide koherente eta sistematizatu bat eraikitzea.
7. 2019tik bezeroa zaintzeko eta artatzeko sistema bat egituratzea, egungo komunikazio-kanal guztien bidez (telefonoa, posta elektronikoa, sare sozialak, Amazoneko galderak eta iritziak...).
8. 2018tik “web analitikako” gaitasunak garatzea.

Lortutako emaitzak

- Mozkinak 2016tik eta hartzekodunen hitzarmenetik irtetea, hasierako epea baino hiru urte lehenago.

- % 50eko hazkundera salmentetan urtebetean (2019-2020).
- Salmenten % 25a baino gehiago Erdialdeko eta Hego Amerikako nazioarteko merkatuan hedatzearen bidez, eta 2021ean % 100eko hazkundera espero da.
- Espainiako eta Portugalgo retailer guztietan egotea, gaztetuta, eta jostintzaren esparru guztietan egotea.
- Webguneko eta Instagrameko jarraitzaileen oinarriaren % 329ko igoera 2017tik, eta edukien eta denboraren kontsumoa handituta dago.
- 100 jostintzako akademia kide dira.

Erakundearen berrikuntzarako barne-gaitasunak garatzea: entsegua, informazio-fluxua, ikaskuntza, erabakiak hartzea eta ziurgabetasunari aurre egiteko dinamikoagoak diren ezarpenak.

KASUAREN KATEGORIZAZIOA

Berrikuntza-eremuak:

- Prozesua: Antolakuntza eta pertsonak, Marketina eta salmentak.
- Negozio-eredua:

Aukera arloak:

- 1 - Eraldaketa teknologikoa/digitala

Luis Fano (zuzendari nagusia)

“Alfa 100 urteko bizitzaren egokitzapenaren adibide da. Azken 5 urteetan etengabeko gogobetetze deserosoan bizitzen ikasi dugu”

Ane Martinez (marketin-zuzendaria)

“Benetako berrikuntza etapa bakoitzean bezeroari laguntzea da, makina erosten denetik erabiltzen den arte; kasu horretan, jostintzan dituen zalantzak argitzea”

Innovation Index Score: ★★★★★

Lerrokatze estrategikoa: ★★★★★

Kreatibitatea: ★★☆☆★

Kolaborazioa eta hibridazioa: ★★★★★

Sistematizazioa: ★★★★★

Eraginkortasuna emaitzetan: ★★★★★

Efizientzia emaitzetan: ★★★★★

Erreplikagarritasuna eta transferigarritasuna: ★★★★★

★

Eragina: ★★★★★

Aintzatespena: ★★☆☆★