





TEKNIKER:

CLICKINDUSTRIAL: Digitalización de las ventas en la industria



Itziar Cenoz Yarza
itziar.cenoz@tekniker.es
696524503

<https://www.tekniker.es/es/ik4-tekniker-lanza-clickindustrial-su-plataforma-e-commerce>

-
-  **Actividad:** Centro tecnológico especializado en Fabricación Avanzada, Ingeniería de Superficies, Ingeniería de Producto y TICs para fabricación.
 -  **Sector:** Investigación y desarrollo experimental
 -  **Nº de personas empleadas:** 300
 -  **Localización:** Parke Teknologikoa C/ Iñaki Goenaga, 5, 20600, Eibar, Gipuzkoa

Innovación **INCREMENTAL** de ámbito **ESTATAL**

¿Por qué es un **POTENCIAL** caso práctico en innovación?

Porque se ha desarrollado un “marketplace” (plataforma de ventas online, donde diferentes empresas pueden vender sus productos o servicios) para el sector industrial, denominado Clickindustrial. Se trata de una propuesta innovadora, dado que en el sector industrial no es habitual que las empresas digitalicen sus procesos de ventas. Clickindustrial supone una forma innovadora y más ágil de llegar al mercado, y que es complementaria al proceso comercial tradicional.

INFORMACIÓN SOBRE EL CASO PRÁCTICO

TEKNIKER es un centro tecnológico especializado en Fabricación Avanzada, Ingeniería de Superficies, Ingeniería de Producto y TICs para fabricación. En 2017, la Dirección de Marketing y Digital Business propuso la creación de un “marketplace”, como herramienta para digitalizar las ventas, compatible con el canal tradicional. En 2018 se inició el desarrollo de dicha propuesta, que presentaba dos vertientes: la vertiente corporativa (pretende reforzar la misión de transferencia de tecnología del centro digitalizando los canales de llegada a empresas), y la vertiente de negocio (de diversificación de mercados, búsqueda de eficiencia interna y reducción de costes comerciales, aumento de ventas...).

En el proceso de desarrollo se definieron las categorías de servicios a incluir en la nueva plataforma, denominada CLICKINDUSTRIAL. Este proceso conllevó la reestructuración de esas categorías, para su integración en el nuevo entorno digital, lo que generó miedos y resistencias al cambio por parte del personal de TEKNIKER. En consecuencia, ha habido una labor interna importante para motivar e implicar al personal de la organización, que finalmente ha tenido un resultado positivo.

Con el desarrollo de la propuesta, y para la operativa de la plataforma, TEKNIKER contrató a un equipo externo experto en el desarrollo de este tipo de plataformas, así como a un equipo experto en campañas de marketing digital, que siguen colaborando actualmente de cara a ampliar las prestaciones de CLICKINDUSTRIAL.

El lanzamiento de CLICKINDUSTRIAL tuvo lugar en mayo de 2019 e inició su camino con tres servicios: calibración dimensional, análisis de aceites industriales y diagnóstico Industria 4.0, posicionándose como portal “B2B” de servicios para la industria. Concebido en formato “marketplace”, CLICKINDUSTRIAL permite a diferentes empresas vender sus productos y servicios. TEKNIKER selecciona cuidadosamente estos proveedores, garantizando su calidad, y busca además empresas que complementen su propia actividad, dando lugar a sinergias y generando más ventas potenciales. Actualmente, CLICKINDUSTRIAL cuenta con la colaboración de Bureau Veritas, como primera empresa que comercializa sus servicios en la plataforma.

La herramienta ha permitido a TEKNIKER llegar a nuevos mercados y clientes. Además, CLICKINDUSTRIAL agiliza el proceso de compra y lo hace menos costoso. A su vez, tiene un potencial de generación y explotación de información sobre ventas y clientes enorme que permite una gestión basada en datos.

Actualmente, y de cara al futuro, TEKNIKER está trabajando en conseguir más empresas colaboradoras que quieran integrarse en CLICKINDUSTRIAL para digitalizar sus ventas, así como en ampliar las categorías de sus propios servicios disponibles en la plataforma.

Antecedentes

En el sector industrial, lo habitual es entender la digitalización aplicada a los procesos de producción, pero normalmente las empresas no digitalizan su proceso de ventas. Esto también afecta a los centros tecnológicos, que se ven más afectados aún por no tener productos seriadados ni estandarizados. El canal digital aporta grandes beneficios porque permite que recursos internos técnicamente muy especializados se centren en generar más valor creando innovaciones tecnológicas. Por eso, TEKNIKER ha planteado ampliar la implantación de la digitalización a toda la cadena de valor empresarial.

Reto

Para TEKNIKER, el reto es doble: por un lado, ampliar los canales de venta y de contacto con mercados potenciales a través del canal digital, automatizando procesos, ante la necesidad de diversificar geográficamente los servicios y de hacer una captación y seguimiento de ventas de forma eficiente; y por otro lado, asegurar el cumplimiento de su misión de transferir tecnología de alto TRL, abriendo nuevas maneras de llegar a las empresas. Las personas y las empresas cada vez somos más digitales y hay que estar donde están los clientes.

Acciones

1. Ideación y definición del proyecto.
2. Reestructuración interna, digitalización de las categorías implicadas y programación de la plataforma.
3. Digitalización del proceso de venta, desde captación hasta pago.
4. Creación y definición de la marca Clickindustrial.
5. Definición de los objetivos principales de negocio y de marca: aumento de ventas y diversificación geográfica a nivel estatal,

posicionamiento de marca innovadora (como portal “Business to Business” de servicios para la industria).

6. Contactos con otras empresas, para valorar su interés por Clickindustrial como canal digital.

7. Desarrollo y sostenibilidad del sistema desde una perspectiva de adaptación a nuevos perfiles de clientes: clientes digitales.

8. Promoción de la plataforma (notoriedad).

9. Acciones dirigidas tanto a fidelizar clientes como a captar nuevos.

10. Construcción de paneles de seguimiento de indicadores de negocio (disponibles también por categoría/servicio) y paneles de indicadores sobre la plataforma y su usabilidad.

11. A futuro: añadir más referencias y categorías de la cartera de servicios de Tekniker y de otras empresas colaboradoras que lo complementen.

Resultados obtenidos

- Automatización de las ventas, especialmente de la parte de pre-venta y de captación, e integración del canal digital de ventas en la cadena de valor de la organización.
- Modelo de negocio: ingresos directos por ventas cerradas en plataforma, a través de la generación de “leads” y a través de porcentaje sobre ventas de otras colaboradoras (actualmente Bureau Veritas vende sus servicios en Clickindustrial).
- Eficiencias internas: reducción de elaboración de presupuestos y pedidos de clientes recurrentes. Eliminación de 364 presupuestos y sus pedidos al integrar en plataforma esas funcionalidades. Esto libera recursos para aplicarlos en actividades de más valor y los clientes son más eficientes.
- Facturación por semestre de la plataforma incrementada en un 476%, junto con un incremento de ticket medio del 142%
- 155 empresas dadas de alta en la plataforma, de las cuales son nuevos clientes 110 (de estos, 66% contribuyen al indicador de diversificación geográfica).
- Incorporación de nuevos indicadores: indicadores de conversión, de carrito abandonado, de descargas de fichas técnicas, de visitas a fichas de producto, etc., para una mejor gestión basada en datos.
- Entre el lanzamiento de la plataforma (segundo semestre de 2019) y el primer trimestre de 2021, el número de visitas a la plataforma aumentó en un 117%, y el número de usuarios al mes creció en un 48%.

CATEGORIZACIÓN DEL CASO

Ámbitos de Innovación:

- Producto: Software.

Ámbitos de oportunidad:

- 1 - Transformación tecnológica/digital

Itziar Cenoz (Directora de Marketing & Digital Business de Tekniker)

“La transformación digital está cambiando nuestra manera de fabricar, de comprar y vender, de comunicarnos, y en definitiva, de vivir. El sector industrial tiene una gran oportunidad para crecer y optimizar sus canales de ventas.”

Adolfo Málaga (OCM Director, BUREAU VERITAS, Oil Condition Monitoring)

“El proyecto de Clickindustrial ha representado un impulso fundamental para el desembarco de Lubrication Management-Bureau Veritas en el ilusionante mundo de la venta B2B online.”

Innovation Index Score: ★★★★★

Alineamiento estratégico: ★★★★★

Creatividad: ★★☆☆☆

Colaboración e hibridación: ★★☆☆☆

Sistematización: ★★★★★

Eficacia en los resultados: ★★★★★

Eficiencia en los resultados: ★★☆☆☆

Replicabilidad y transferibilidad: ★★★★★

Impacto: ★★★★★

Reconocimiento: ★★☆☆☆