

Transgourmet Ibérica avanza con el canal online para sus clientes de hostelería

La compañía apuesta por la omnicanalidad

9 de marzo de 2022. Transgourmet Ibérica, compañía referente en el sector de la distribución alimentaria, avanza en su proyecto de digitalización y su estrategia de omnicanalidad con la puesta en marcha de un canal online para sus clientes de hostelería que ya disponen de este nuevo e-commerce B2B.

El principal objetivo es mejorar la comunicación con los clientes actuales y futuros y desarrollar la omnicanalidad para que los clientes puedan escoger el método para relacionarse con Transgourmet Ibérica que mejor se adapte a sus necesidades: a través del nuevo e-commerce B2B, del servicio de atención telefónico, del servicio de *delivery* o comprando directamente en el mismo GMcash.

Adicionalmente, con el nuevo canal online Transgourmet Ibérica recurre a la tecnología para estrechar su vínculo con sus clientes de hostelería poniendo a su disposición un verdadero portal de atención para ofrecer un mejor servicio que facilite y simplifique cualquier gestión. En este portal cada cliente puede hacer sus pedidos y su seguimiento, ver y pagar facturas, gestionar cambios en el pedido, gestionar devoluciones, hacer peticiones o informar sobre posibles incidencias, entre otros servicios.

Gracias a la digitalización la compañía dispondrá de una visión de 360º del cliente, que mejorará su experiencia ganando en rapidez, simplificando las compras, facilitando procesos y resolviendo complejidades. El equipo de Transgourmet Ibérica ha desarrollado este proyecto con la plataforma tecnológica de Salesforce, que ha implantado conjuntamente con la consultora Everis.

Sobre Transgourmet Ibérica

Transgourmet Ibérica, propiedad del grupo suizo Transgourmet, tiene 6 plataformas de distribución repartidas por toda España y es referente en el mercado del horeca nacional con su enseña de cash&carry GMcash, con 70 centros y 23 gasolineras GMOil. La empresa cuenta con más de 800 supermercados franquiciados bajo las enseñas SUMA, Proxim y SPAR, y más de 2.000 clientes independientes.