

## **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.