

Digitalización y crecimiento: Pladur® hace balance del primer año de vida de la tienda online PLADUR.COM

Hace un año desde que, bajo el lema "Estar Siempre ON", Pladur® revolucionó la forma de llegar a sus clientes gracias al lanzamiento de una nueva plataforma e-commerce B2B2C que integra en un mismo lugar a fabricante, distribuidor e instalador

En los genes de Pladur® siempre ha estado presente la innovación. Saber adelantarse a las necesidades de sus clientes ha sido clave para estar a la altura en este mundo en constante cambio y posicionarse como partner de distribuidores e instaladores.

Ya en 2006 lanzó Pladur® BIZ una plataforma interna de compra directa, convirtiéndose así en pionero del sector en digitalización. Después de años de desarrollo, en colaboración con la empresa líder en soluciones e-commerce Orienteed, Pladur® evolucionó su modelo de venta online, pasando del modelo B2B al B2B2C, a partir de una plataforma que reúne a fabricante, cadena de distribución y cliente final en un único flujo de ventas.

“El mayor reto de la transformación digital es la resistencia al cambio”, afirma Enrique Ramírez, director general de Pladur®. Así, Pladur® se enfrentaba a un gran reto al incorporar una nueva herramienta de trabajo en un sector absolutamente tradicional, acostumbrado a la compra presencial.

Digitalización, imprescindible para sobrevivir

Sin duda la pandemia ha supuesto un empujón a la transformación digital, que deja de ser una opción para convertirse en una obligación para no quedarse atrás y estar más cerca de los clientes.

Para comunicar el lanzamiento de la Tienda Online PLADUR.COM y visibilizar el valor de esta nueva herramienta fundamental de trabajo, Pladur® llevó a cabo una estrategia de publicidad omnicanal llegando a impactar a 2.216.628 usuarios únicos.

La campaña fue un éxito y culminó con la entrega de 20.000€ repartidos en premios semanales como apoyo a los instaladores que realizaron sus primeras compras en PLADUR.COM.

El cliente en el centro de toda la estrategia

Los hábitos, la forma de comunicar, interactuar y comprar ha cambiado. El objetivo de Pladur® es mejorar la experiencia del cliente y su relación con la marca y el distribuidor, mediante una plataforma ágil, muy fácil de utilizar que acompaña y apoya al instalador las 24h.

Estas son algunas de sus ventajas:

Tener localizados a sus distribuidores de confianza desde cualquier lugar
Conocer el stock disponible, precios y ofertas al instante
Comprar todos los materiales de construcción necesarios las 24 horas
Elegir dónde y cuándo recibir la mercancía
Tener acceso a un equipo de distribuidores expertos

En PLADUR.COM ningún comprador es igual, la experiencia de cada instalador se personaliza en función de sus intereses e historial de compra.

El distribuidor, un socio fundamental en la cadena de valor
El reto del paso del B2B al B2B2C era llegar al instalador integrando al distribuidor en el proceso. Pladur® pone a disposición de sus distribuidores un canal que les permite llegar a su cliente final, mejorando sus oportunidades de negocio y relación con el cliente, sin perder el control total sobre sus ventas, stock, precios y ofertas.

El futuro está en la personalización
¿Y ahora qué? La prioridad de Pladur® es seguir mejorando la experiencia del cliente ofreciéndole en todo momento lo que realmente quiere, busca o necesita a través de la personalización gracias a la tecnología predictiva e inteligencia artificial.

Datos de contacto:

Ana García Millán
Departamento de Comunicación de Pladur®
619442651

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)
[Construcción y Materiales Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>