

RADU ONIGA:

Dacă în magazinele staționare, HORNBACH este recunoscut pentru consilierea de calitate, același lucru dorim să îl oferim și pe site".



România - a noua țară europeană în care HORNBAACH s-a extins prin online

(Interviu cu Radu Oniga, Head of E-Business HORNBAACH România)

România este a noua țară europeană în care HORNBAACH s-a extins și prin intermediul online-ului, după Germania, Austria, Luxemburg, Elveția, Olanda, Cehia, Slovacia și Suedia, ne-a spus, într-un interviu, Radu Oniga, Head of E-Business HORNBAACH România. Potrivit domniei sale, magazinul online HORNBAACH România a fost lansat în ianuarie 2018, cu aproximativ 27.000 de produse disponibile pentru comandă online.

HORNBAACH deține 158 de magazine mixte de materiale de construcții și grădinarit, în 9 țări europene. În țara noastră, HORNBAACH are șase magazine, respectiv în București Berceni, București Militari, București Balotești, Brașov, Timișoara și Sibiu.



Radu Oniga: "De la momentul lansării magazinului online, traficul pe www.hornbach.ro a crescut de peste zece ori, ajungând la câteva zeci de mii de vizitatori unici zilnici pe site".

Reporter: Când ați început să vindeți online și cum evoluează acest tip de comerț de la un an la altul?

Radu Oniga: Magazinul online HORNBAACH România a fost lansat în ianuarie 2018, cu aproximativ 27.000 de produse disponibile pentru comandă online. România a devenit, astfel, cea de-a noua țară europeană în care HORNBAACH s-a extins și prin intermediul online-ului, după Germania, Austria, Luxemburg, Elveția, Olanda, Cehia, Slovacia și Suedia.

De la momentul lansării magazinului online, traficul pe www.hornbach.ro a crescut de peste zece ori, ajungând la câteva zeci de mii de vizitatori unici zilnici pe site. Cele mai accesate categorii sunt: Materialele de construcții, Construirea și amenajarea grădinii, Gresie/faianță, Timp liber în grădină și Decorațiuni interioare. Pe

lângă produsele de pe site, noi punem accent foarte mare și pe conținutul adresat vizitatorilor. Dacă în magazinele staționare, HORNBAACH este recunoscut pentru consilierea de calitate, același lucru dorim să îl oferim și pe site. Diferența este că atunci când vinдем online nu comunicăm cu clienții face to face și, din acest motiv, prin conținutul nostru - tutoriale, cross selling -, încercăm să îndrumăm clienții cât mai bine în a-și realiza proiectul necesar. La o privire pe site-ul nostru se poate observa că în cazul produselor importante precum gresie/faianță, venim în întâmpinarea clienților cu produsele complementare de care ei au nevoie pentru a-și realiza proiectul (adezivul corespunzător, chitul de rosturi și chiar unelte necesare).

Mai mult, în aprilie anul acesta am lansat și aplicația pentru

smartphone (iOS și Android), ce oferă numeroase funcții utile atât pentru facilitarea cumpărăturilor, cât și pentru inspirație în realizarea proiectelor.

Site-ul HORNBAACH este într-o permanentă schimbare, pentru acest an fiind planificate mai multe îmbunătățiri, despre care vom

reveni cu vești la momentul oportun.

Reporter: Cât de deschiși sunt consumatorii la achiziționarea produselor din domeniul construcțiilor și grădinaritului prin Internet?

continuare în pagina 38

urmare din pagina 37

Radu Oniga: Piața de e-commerce pe acest segment este în plină dezvoltare, înregistrând creșteri semnificative de la an la an, iar în viitor e-commerce-ul va avea o pondere importantă și în piața materialelor de construcții, respectiv a produselor de grădinarit.

Noi am implementat soluția Omnichannel și dorim ca orice client care ne calcă pragul, atât online, cât și offline, să se bucure de aceeași experiență plăcută în realizarea proiectului. Noi nu vedem business-ul ca unul pur online, nici nu ne dorim separarea totală a canalelor (offline de online), ci vrem ca fiecare să vină în întâmpinarea celuilalt și să se completeze reciproc. Pe lângă vânzarea produselor, ne dorim ca prin magazinul online să atragem cât mai mulți

clienți către magazinele noastre staționare, unde pot beneficia de consilierea profesionistă a angajaților HORNBAACH. O facilitate foarte importantă în magazinul online este serviciul rezervare & ridicare (click & collect). Prin acesta, clienții își pot rezerva produsele direct de pe site-ul HORNBAACH și le pot ridica din magazinele staționare HORNBAACH în doar 4 ore, ori pot selecta alt termen de ridicare personalizat.

O funcționalitate foarte utilă, special creată pentru clienții care doresc să cumpere online, este planificatorul de spațiu interior și exterior, disponibil pe platforma noastră online. În cazul spațiului interior, clienții au posibilitatea de a-și alege virtual pardoseala (laminată, parchet, vinil), vopseaua lavabilă sau tapetul, iar cu ajutorul planificatorului exterior se pot alege ușile de exterior, tencuielile de

soclu sau de fațadă etc. După selecție, clienții pot comanda produsele online sau pot merge cu lista de produse în magazine pentru a le vizualiza și cumpăra.

Totodată, sunt de menționat avantajele conceptului Omnichannel, ce își propune să ofere aceeași experiență de cumpărare, informații și funcționalități pe tot parcursul fluxului de cumpărare, indiferent de canalul ales. Spre exemplu, un client poate alege să comande online cu livrare acasă, dar să plătească marfa în magazinele HORNBAACH, alt client poate comanda online și dacă nu este mulțumit de produsul achiziționat îl poate returna în cel mai apropiat magazin fizic. Un serviciu foarte utilizat de către clienți este cel de rezervare și ridicare, prin intermediul căruia clienții își pot rezerva produsele online și le pot ridica din magazinele fizice în 4 ore.

Reporter: Care este profilul cumpărătorului online?

Radu Oniga: Clientul HORNBAACH din mediul online nu diferă foarte mult de clientul HORNBAACH din magazinele fizice.

Deși marea parte a clienților sunt bărbați, vedem un trend crescător în rândul clienților de sex feminin. De asemenea, meseriașii/firmele reprezintă o pondere importantă în canalul online. Îmbucurător este faptul că avem și clienți de peste 65 de ani care fac comenzi online; nucleul principal fiind din rândul persoanelor cu vârsta cuprinsă între 35 și 44 de ani.

Reporter: Ce produse sunt cele mai cumpărate prin Internet?

Radu Oniga: La început de primăvară articolele din categoria Grădina au avut mare căutare. Trebuie să ținem însă cont că nu avem încă disponibile la comandă online plante vii sau pești. În rest, portofoliul de produse include uși, parchet, lambriuri, betoniere, calorifere, cabine de duș, căsuțe de grădină etc. Nu putem spune că vindem preponderent produse dintr-o anumită categorie, mixul de produse vândut diferind foarte mult de la o zi la alta, întrucât pe site sunt listate peste 50.000 de produse din care clienții pot alege.

Reporter: Câte produse aveți acum la vânzare online?

"Atunci când vindem online nu comunicăm cu clienții face to face și, din acest motiv, prin conținutul nostru - tutoriale, cross selling -, încercăm să îndrumăm clienții cât mai bine în a-și realiza proiectul necesar".





Radu Oniga: În prezent, sunt disponibile online peste 50.000 de produse, de la 27.000 câte existau la momentul lansării platformei. Cele mai multe dintre acestea sunt disponibile în stoc, iar livrarea lor se efectuează în termen de 1-5 zile de la comandă, oriunde în țară. Totodată, în oferta magazinului online HORNBACK sunt adăugate zilnic articole noi, reunite în 12 categorii diferite, volumul acestora ajungând la mii de introduceri pe lună.

În momentul de față avem listate online peste 90% din produsele aflate pe stoc în magazinele fizice, exceptând plantele vii și peștii. De menționat este faptul că prețurile acestor produse sunt identice, indiferent de canalul de vânzare, online sau offline, iar cei care comandă online au posibilitatea, în termen de 30 de zile de la livrare, să le returneze fie prin intermediul serviciului gratuit pus la dispoziție de companie, fie direct în magazin. De asemenea, pe site se vor

regăsi și articole care chiar dacă nu sunt pe stoc în magazine, pot fi livrate direct de către furnizori.

Reporter: Care este bugetul minim, respectiv cel maxim alocat de un cumpărător pentru o achiziție online?

Radu Oniga: Bugetul alocat de către clienți diferă foarte mult de la o comandă la alta, avem comenzi și de câțiva lei, dar și proiecte de mii, chiar zeci de mii de lei. Pentru noi însă, fiecare comandă este importantă și îi acordăm aceeași atenție. Coșul mediu online este de aproape 3 ori mai mare decât media coșului din magazinele fizice.

Reporter: Cât la sută din încasări provin din comerțul online?

Radu Oniga: La un an și jumătate de la deschiderea magazinului online putem vorbi de câteva procente ca pondere din cifra totală de afaceri. Rezultatele avute după primul an au depășit însă cu mult așteptările noastre și estimările pentru 2019 sunt cel puțin la fel de

"Dacă ne referim doar la nivelul rețelei HORNBACK, în maximum doi ani, în completarea ofertei existente HORNBACK, peste 30.000 dintre produsele aflate în portofoliul companiei se vor putea cumpăra exclusiv online, datorită creșterii constante a segmentului destinat comercializării prin platformă".

optimiste.

Reporter: Cum considerați că va evolua acest segment?

Radu Oniga: Dacă ne referim doar la nivelul rețelei HORNBACK, în maximum doi ani, în completarea ofertei existente HORNBACK, peste 30.000 dintre produsele aflate în portofoliul companiei se vor putea cumpăra exclusiv online, datorită creșterii constante a segmentului destinat comercializării prin platformă.

Ne așteptăm ca pe acest segment de piață, în care activăm și noi, să apară noi jucători în 2019, sunt concurenți din mediul offline care nu au încă magazine online, dar care și-au anunțat planuri pen-

tru acest an. Acest segment va avea în următorii ani rate de creștere foarte bune, un rol important îl vor avea însă și curierii și partenerii logistici. Ținând cont de faptul că, în gama noastră de produse, o mare parte o reprezintă produsele atipice, produse care nu se pot livra în pachete, avem nevoie de parteneri logistici care să poată respecta termenele și condițiile de livrare și să livreze produse grele sau voluminoase în orice locație din România.

Reporter: Mulțumesc!