

AFEB NEWSLETTER Nº 34

DESAYUNOS CON LA DISTRIBUCIÓN

AFEB ha reforzado su estrategia de acercamiento a la distribución de bricolaje y ferretería con dos nuevos Desayunos. En esta ocasión, los encuentros han sido con Factor Pro y con Bauhaus.

Alrededor de 40 socios acudieron el pasado 6 de octubre en Madrid a la reunión con Factor Pro, que tenía como objetivo conocer más en profundidad a esta organización de ferretería y suministros industriales, compuesta por la unión de los grupos de compra GCI y Ferbric.

Alejandro Lara y Mario Pérez, gerentes de GCI y Ferbric, respectivamente, explicaron sus proyectos y respondieron a todas las preguntas planteadas por los socios de AFEB. "Queremos ofrecer todo el asesoramiento posible a nuestros asociados", señaló Mario Pérez. Y para ello dispone de un promotor que visita de forma periódica los establecimientos de Ferbric, que cuenta en la actualidad con 75 puntos de venta, que suman un total de 30.000 m² de superficie.

Por su parte, Alejandro Lara recordó los objetivos de GCI: tratar de desarrollar economías de escala, orientarse a las compras para favorecer tanto a asociados como a proveedores, asesorar a los socios y ofrecer un gran número de servicios.

La unión de sinergias entre Ferbric y GCI se produjo en 2014 y, tras estos dos años en los que ambas organizaciones han estado acercando posturas, ahora comienza un nuevo "camino para hacer muchas cosas", tal y como explicó Mario Pérez. De momento, se trata de "una sociedad para compras que también asume una parte organizativa. Falta la parte externa, más comercial, que es el camino que vamos a recorrer".

Entre ambos grupos suman 186 asociados y más de 200 puntos de venta, con presencia en 14 comunidades autónomas.

Por su parte, al Desayuno con Bauhaus (celebrado en su tienda de Paterna, el pasado 18 de octubre) asistieron más de 70 directivos de empresas asociadas a AFEB. El encuentro, coordinado por el responsable del Comité de Relaciones con la Distribución de la asociación, Xavier Merino (vocal de la junta directiva de la asociación y director general de Compo) contó con la participación de una decena de representantes de la enseña. Entre ellos se encon-



▲ De izquierda a derecha: Mario Pérez (gerente de Ferbric), Alejandro Lara (gerente de GCI), Xavier Merino (director de marketing y ventas de Compo) y Marta Omedes (gerente de AFEB).

traban el director general, Bart Ginneberge, y la directora de compras, Carmen Moseke, así como el jefe de tienda y compradores de las diferentes categorías de bricolaje.

La reunión sirvió tanto para que los asociados pudieran comprender mejor el funcionamiento y características de Bauhaus como para conocer algunos de los proyectos de la cadena. En este sentido, Bart Ginneberge informó acerca del proceso de omnicanalidad en el que se encuentra inmersa Bauhaus, mediante el que los clientes podrán comprar online y recoger sus productos en tienda o recibirlos en su domicilio. Además, el proceso incluye la posibilidad de que el proveedor pueda enviar los pedidos directamente al cliente.

Para el director general de Bauhaus, los elementos identificativos de la enseña se pueden resumir en diez puntos:

- Surtido más amplio del mercado.
- Gran orientación al cliente.
- Asesoramiento especializado.
- Óptima experiencia de compra.
- Oferta de servicios en todas las áreas.
- Excelente relación calidad-precio.
- Buenos emplazamientos.



▲ Más de 70 directivos de empresas asociadas de AFEB participaron en el encuentro con Bauhaus.

- Garantía del mejor precio.
- Garantía de 5 años en todos sus productos.
- Servicio de instalaciones y reformas.

También quiso destacar algunas de las iniciativas de mayor éxito de la compañía, como las Womens' Night (talle-

res organizados exclusivamente para mujeres) o el Kids' Club (cursos de manualidades para niños a partir de 4 años). Además, los asociados de AFEB pudieron visitar la tienda de Paterna y entrevistarse con los compradores de Bauhaus.

ACTUALIDAD

► GRUPOS DE TRABAJO

Fueron 11 los asistentes a la reciente reunión del grupo de trabajo E-commerce de AFEB, quienes pusieron en común sus experiencias en comercio electrónico, además de contar con la ponencia de Diego Luis Martín, director general de Black T, empresa especializada en el mundo digital. En el encuentro se analizó el papel de las redes sociales que, según la opinión de los asistentes, ayudan a conocer y atraer al cliente, pero que por sí mismas no venden. Además de suponer varios desafíos para los fabricantes: generación de contenidos específicos, producción de vídeos y coherencia de marca y segmentación. Para impulsar la digitalización del sector de ferretería y el comercio electrónico del sector tradicional, se habló de la conveniencia de contar con un sistema de información común para fabricantes y distribuidores, como Raíz Ferretera.

Los participantes del grupo de trabajo también pudieron visitar las instalaciones logísticas de Aghasa Turis en Madrid y conocer su nuevo proyecto E-logistics, para



atender las necesidades de comercio electrónico, sobre todo, de las empresas de la distribución tradicional. Del mismo modo, 3M contó la experiencia de su reciente feria virtual, en la que los clientes pueden asistir de forma remota a multitud de actividades organizadas de manera digital (presentaciones de productos, formaciones, webinar...).

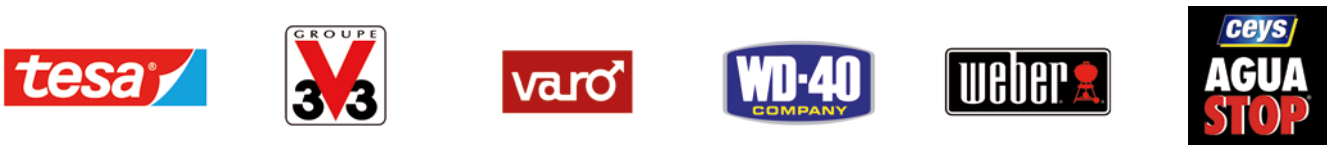
Por último, el grupo actualizó el mapa de la distribución online, estableciendo una división entre operadores puros (como Amazon, LetsBrico, Planeta Huerto, etc.), híbridos (Leroy Merlin, Bricor, Akí, Jardiland...), market place (eBay, ManoMano, Amazon...) y club venta privada (Bricoprive, Amazon Buy Vip...).

► NUEVAS INCORPORACIONES

AFEB ya suma 90 asociados, tras la últimas incorporaciones de Royo Spain, Quiadsa, Presto Ibérica, Danosa y Carlos Grollo. Royo Spain es fabricante de muebles de baño, que comercializa bajo las marcas Royo, Bannio y Acquaidro. Quiadsa, Industrias Químicas del Adhesivo, es fabricante de adhesivos y selladores para la construcción, con las marcas Quiadsa, Brik, Cen, Megasel, Suprasell y Fija-Plus.

Por su parte, Presto Ibérica, se dedica a la fabricación y comercialización de grifos y elementos de baño que comercializa con las marcas Presto, Galindo y Equip. Danosa, Derivados Asfálticos Normalizados, S.A., fabrica productos para el aislamiento térmico y acústico e impermeabilización. Por último, Carlos Grollo, S.A., se dedica a la fabricación y distribución de pinturas y barnices, bajo la marca La Pajarita.





Más información sobre los productos de AFEB en:



www.elrincondelbricolaje.com



Diagonal 477, 13ª A
 08036 Barcelona
 Tel.: 93 410 23 34
 Fax: 93 410 91 55
www.brico-afeb.com
 Para más información, contactar con
gerencia@brico-afeb.com