

PROFEMADERA 2024

Cristina Martín López
Directora de Marketing Häfele España

Agenda

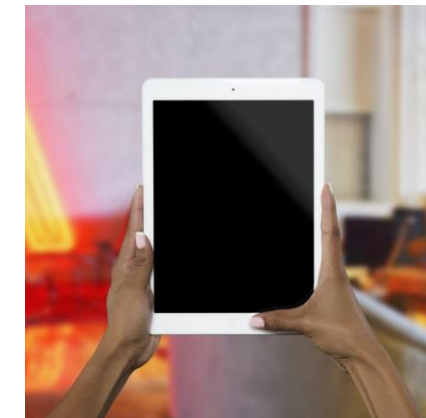
- Gestión del cambio
- ¿Por qué nos estamos haciendo cada vez más digitales?
- ¿Qué está pasando en nuestro mercado?
- El cliente, ese gran desconocido
- El cambio de hábitos



La gestión del cambio

El mundo ha cambiado...

Y estamos viviendo grandes cambios últimamente...



HÄFELE



1923
2023

Desde cualquier y sector hay cambios...



100 años de historia...

La historia de Häfele



1923 **Fundación**
Häfele se fundó en una época de profunda agitación política y social. La República de Weimar tiene apenas unos años, las consecuencias de la Primera Guerra Mundial todavía se sienten en todos los frentes.
En 1923, cuando la inflación en Alemania alcanza su punto álgido, los jóvenes Adolf Häfele y Hermann Funk toman las riendas de su destino: el 1 de diciembre fundan la ferretería especializada "Produkte der Industrie der Feinmetall- und Werkzeugmaschinen" en Aulendorf, Württemberg.



1927 **Traslado a Nagold**
La joven empresa se especializa en suministros de carpintería y ebanistería y se traslada a Nagold, en el entonces centro de la fabricación de muebles de Württemberg.
Desde aquí, Adolf Häfele reúne los alrededores caracterizados por carpinterías y fábricas de muebles, anota los nombres y deseos de los clientes y establece así una primera red regional.
Su Credo también tiene una importancia fundamental en la actualidad: contacto personal, experiencia y conocimiento, fiabilidad y entrega rápida y adaptada a las necesidades de los clientes.



1930 **Años de desarrollo exitosos**
Adolf Häfele construye un primer almacén al por mayor y organiza el envío. Con productos innovadores y un servicio excelente, se adelanta a su tiempo y gana así muchos clientes nuevos.

1933 **Primeras exportaciones**
En 1933, Häfele participa por primera vez en una feria en el extranjero y presenta en Estrasburgo "Herrajes para muebles para dormitorios - cocinas".
Para el diseño del stand, la joven empresa recibe la "La medalla de oro". La exportación de herrajes a los países vecinos también está despegando lentamente.
En la actualidad, Häfele emplea a un número considerable de asesores técnicos comerciales que visitan a los clientes nacionales y extranjeros.



1945 **Nuevo comienzo**
Adolf Häfele llevó a su empresa de forma segura y en gran medida íntegra durante la Segunda Guerra Mundial. Tras su finalización, la necesidad en el país es grande. Por otra parte, la reconstrucción provoca una fuerte demanda de herrajes y suministros de carpintería. Las cosas están mejorando rápidamente. En febrero de 1946, Walther Thierier, sobrino de Häfele, se incorpora a la empresa.

1948 **25 años Häfele**
En octubre de 1948, Häfele celebra su 25º aniversario. La empresa se encuentra en una excelente posición en este momento: tiene un total de 29 empleados y la facturación asciende a casi dos millones de marcos semanales.

1949 **Cambio en la dirección**
El fundador de la empresa Adolf Häfele muere en 1949, solo cuatro años después del final de la Segunda Guerra Mundial. En medio de la reconstrucción, su sobrino de 26 años, Walther Thierier, asume la responsabilidad y recibe el apoyo de los socios de las familias Häfele y Thierier.



1950 **La primera piedra de la modernidad**
El año 1950 comienza con una catástrofe que, sin embargo, cambia para bien: en la noche de Año Nuevo, un incendio destruye el edificio de la empresa. Sin embargo, Walther Thierier actúa rápidamente: en primer lugar, una venta en el calle resuelve la situación y los negocios se reinician en barracones construidos provisionalmente. Al mismo tiempo, se están sentando las bases de la actual administración central de Nagold. Se crea un edificio de nueva construcción con oficinas y almacenes en una superficie de 2.500 metros cuadrados.



1954 **Entrada en producción**
En abril de 1954, Häfele comienza a fabricar por su cuenta herrajes especiales para adornos de muebles y rejillas de tablón. La demanda de los productos crece en poco tiempo hasta tal punto que hay que ampliar varias veces la



1960 **Espíritu de optimismo**
En los años del milagro económico posterior a la Segunda Guerra Mundial, Häfele atiende un principio principalmente al mercado nacional.
Pero es solo cuestión de tiempo que uno vuelva a estar activo en el extranjero. Häfele aprovecha el espíritu de optimismo de los años 60 y funda la primera filial extranjera en Suiza en 1964.



1966 **Autobús de exposición de Häfele**
Se crea el departamento de exportación en Nagold y se funda Häfele France GmbH & Co. como empresa de ventas para Francia.
Las actividades itinerantes de los pioneros de Nagold adquieren cada vez mayores proporciones y la primera exposición itinerante de Häfele sale a la calle. En los años siguientes, el autobús también sirve como stand de feria en el extranjero.



1971 **El "Gran Häfele"**
Se publica por primera vez "El Gran Häfele", la mayor obra de referencia del mundo sobre herrajes para muebles.
El Gran Häfele no solo ofrece más de 25.000 artículos para comprar, sino que también ayuda con dibujos detallados e instrucciones de montaje: no es solo un libro de referencia, sino también un manual.



1972 **Al otro lado del charco**
Un gran autobús de exposición realiza un viaje de 12.000 millas por los centros del mueble de Estados Unidos. Esto marca el comienzo de la historia de éxito de Häfele en los Estados Unidos: se funda Häfele América Co. en 1973.

¿Vuestra forma de enseñar ha cambiado?



El valor añadido....

¿Qué es y en qué definimos esos Servicios?
Service+



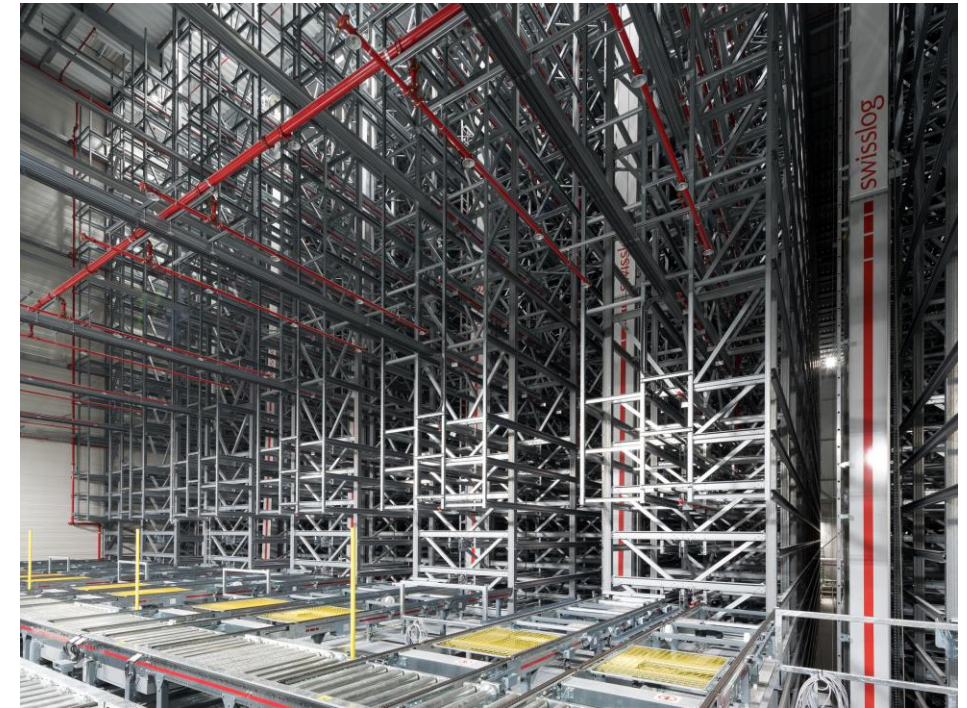
La inversión en innovación

Centro de innovación: Startup – Thing OS



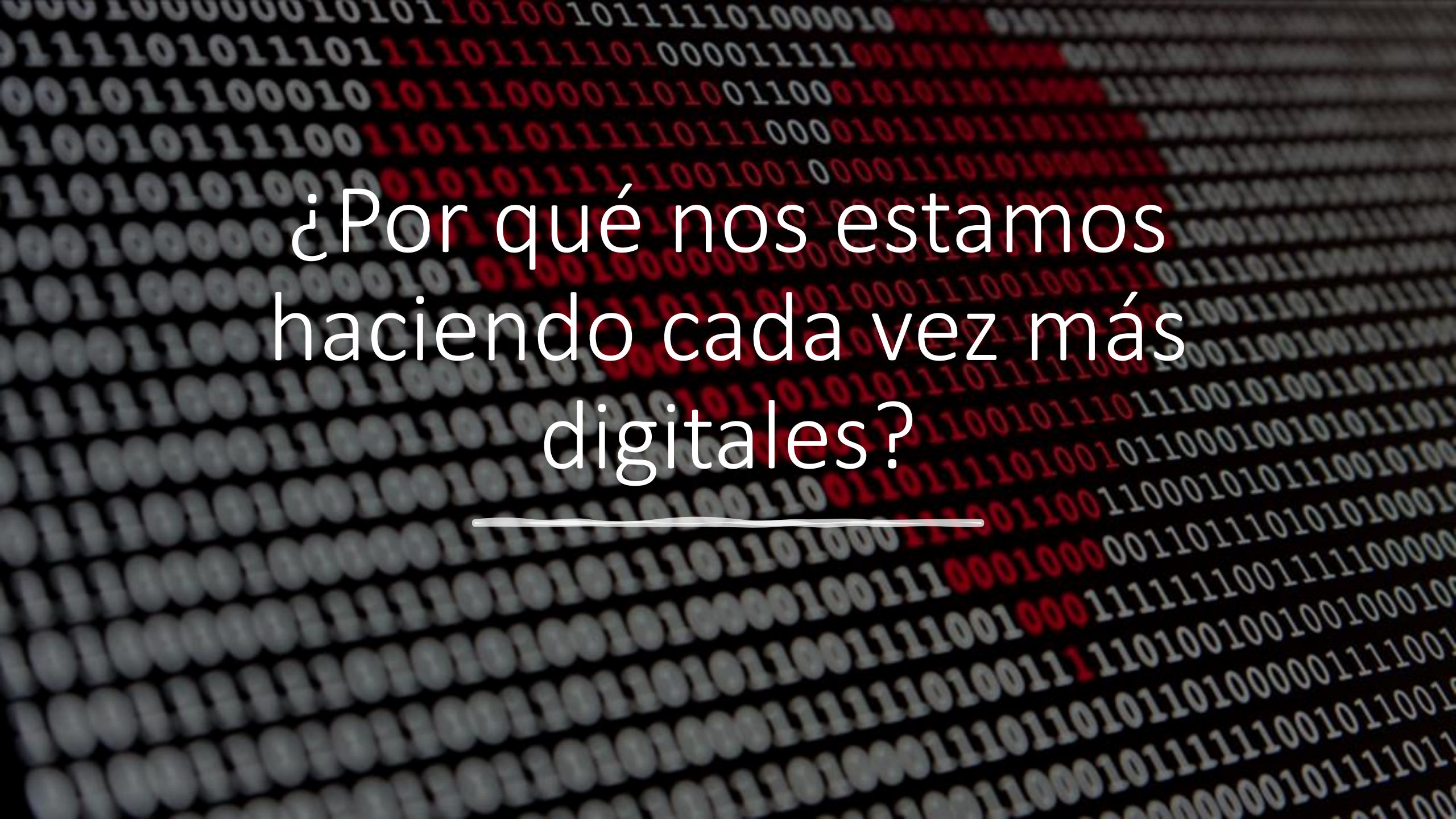
Expansión de nuestro centro logístico

- 2022: Ampliación de 65.000 a 80.000 artículos
- Actualmente: 3,4 millones envíos anuales
- 2025: Nueva ampliación en curso, 37.000 m2

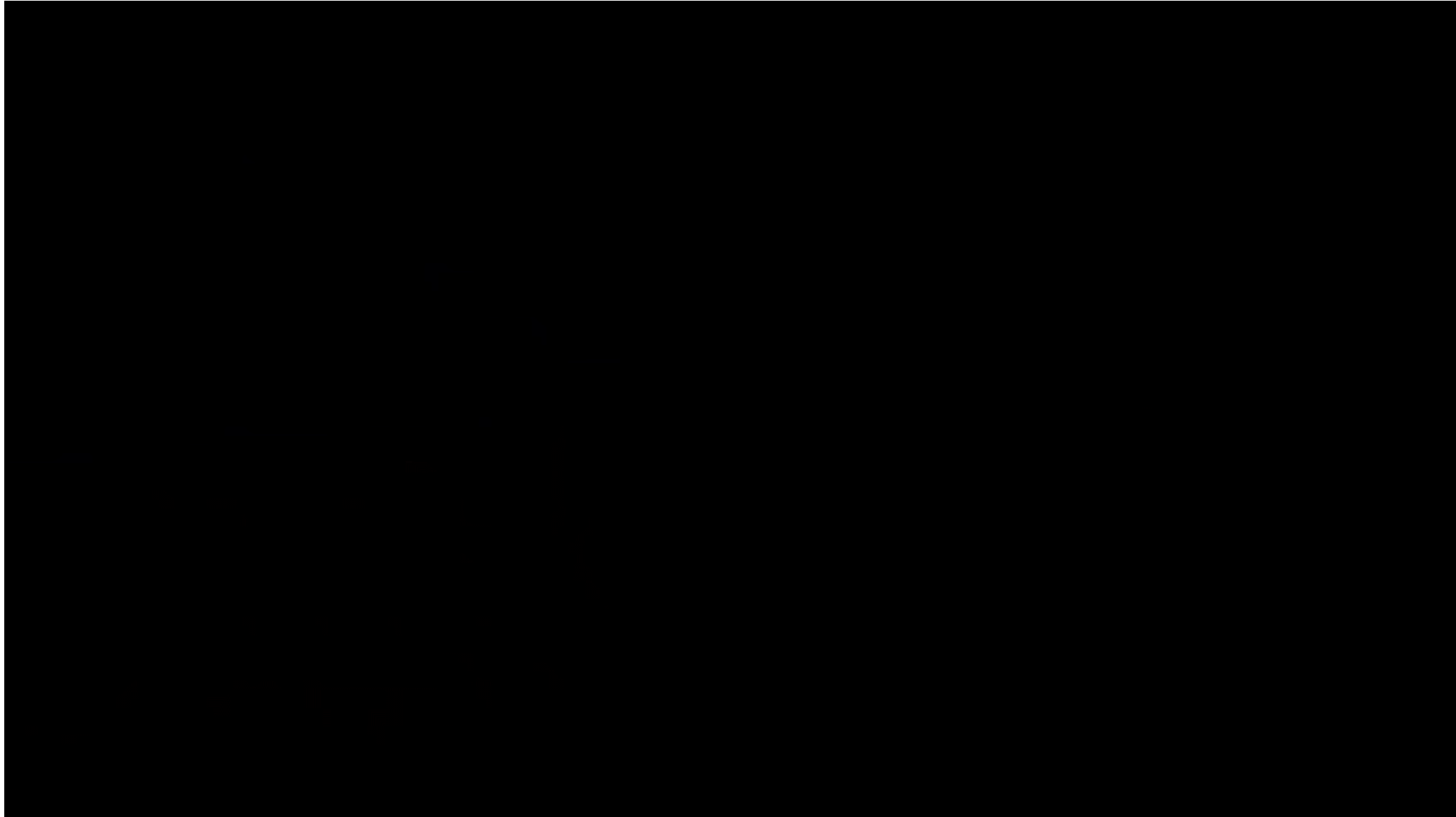


Centro de excelencia iluminación - Blackbox





¿Por qué nos estamos
haciendo cada vez más
digitales?



+ PRODUCTIVIDAD
+ CAPACIDAD
+ FELICIDAD

Kodak

amazon

HÄFELE



NOKIA



HÄFELE



Coca-Cola

Toys R Us

A photograph of two men in an office setting, both appearing to be asleep at their desks. The man in the foreground is resting his head on his hand, while the man in the background is leaning his head against a laptop. The image has a dark, semi-transparent overlay, and the text is centered in white.

¿Y qué está pasando
en nuestro mercado?

“No pretendemos ser perfectos, pero sí dar el mejor el servicio al cliente que somos capaces.”

Tenemos una oportunidad única en el mercado español.
Esta es nuestra competencia online.

THEOBJECTIVE

Economía

El 'boom' del 'e-commerce' en España: el único país europeo al alza mientras baja en el mundo

El comercio electrónico global registró en 2021 su primer retroceso, con una caída media del 3%, frente al crecimiento que registra el mercado español



PUBLICIDAD

Noticias relacionadas

Directiva Ómnibus, más protección para los consumidores online

Luis M. García

Shein limita la entrada a 720 personas al día tras el colapso inicial

R.T.O.

Amazon Prime Day 2022: cuándo y cuánto tiempo estarán disponibles



Crecimiento ventas e-commerce por país

2018-2020 tasa de crecimiento año a año (enero-noviembre)

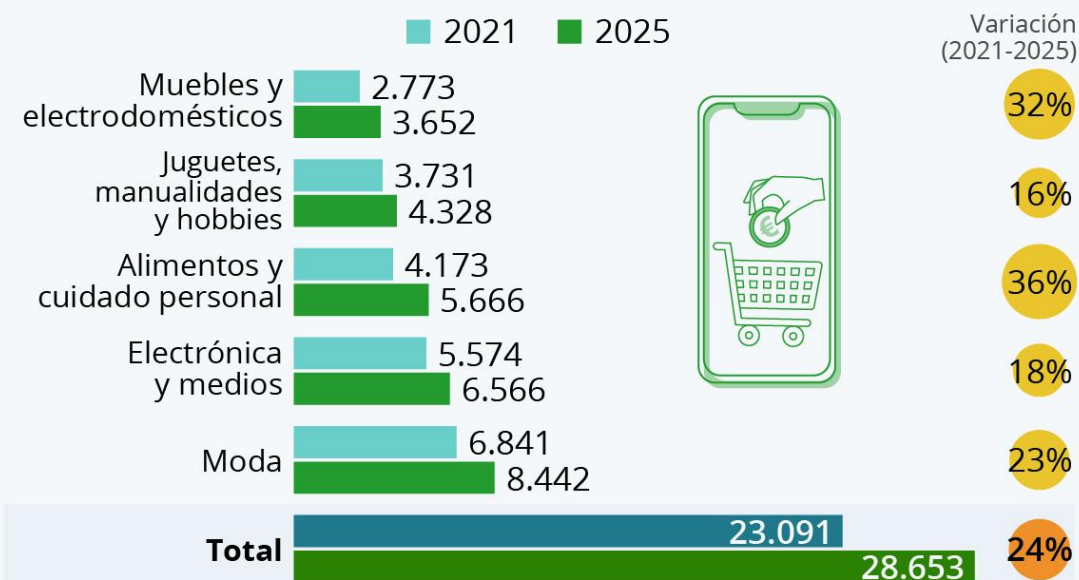


Nota: Datos preliminares del crecimiento año a año para los meses de enero a noviembre 2019 vs. enero a noviembre 2020
1. Francia basado en datos de FEVAD al no estar disponible Euromonitor; 2. Media ponderada basada en ventas e-commerce 2019
Fuente: Eurostat, FEVAD

© Oliver Wyman

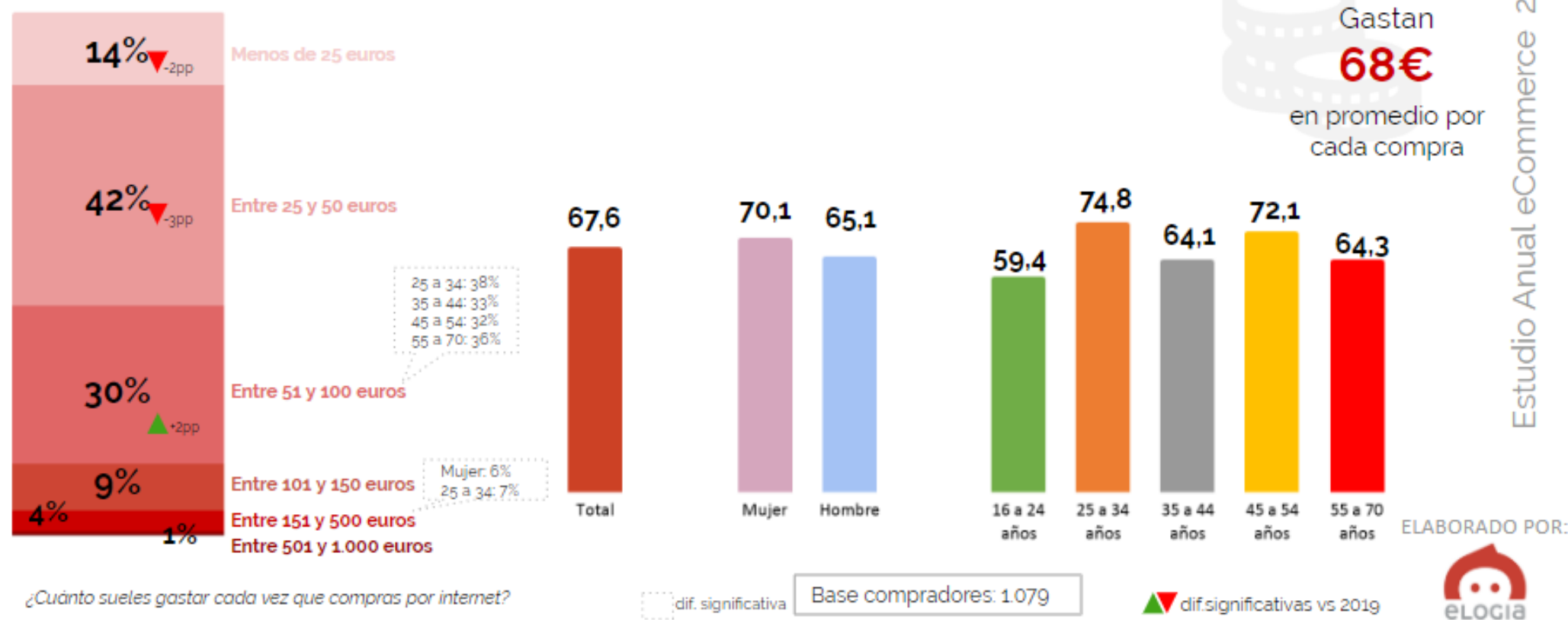
Radiografía del ecommerce en España

Ingresos por ventas de comercio electrónico en España (en millones de euros)



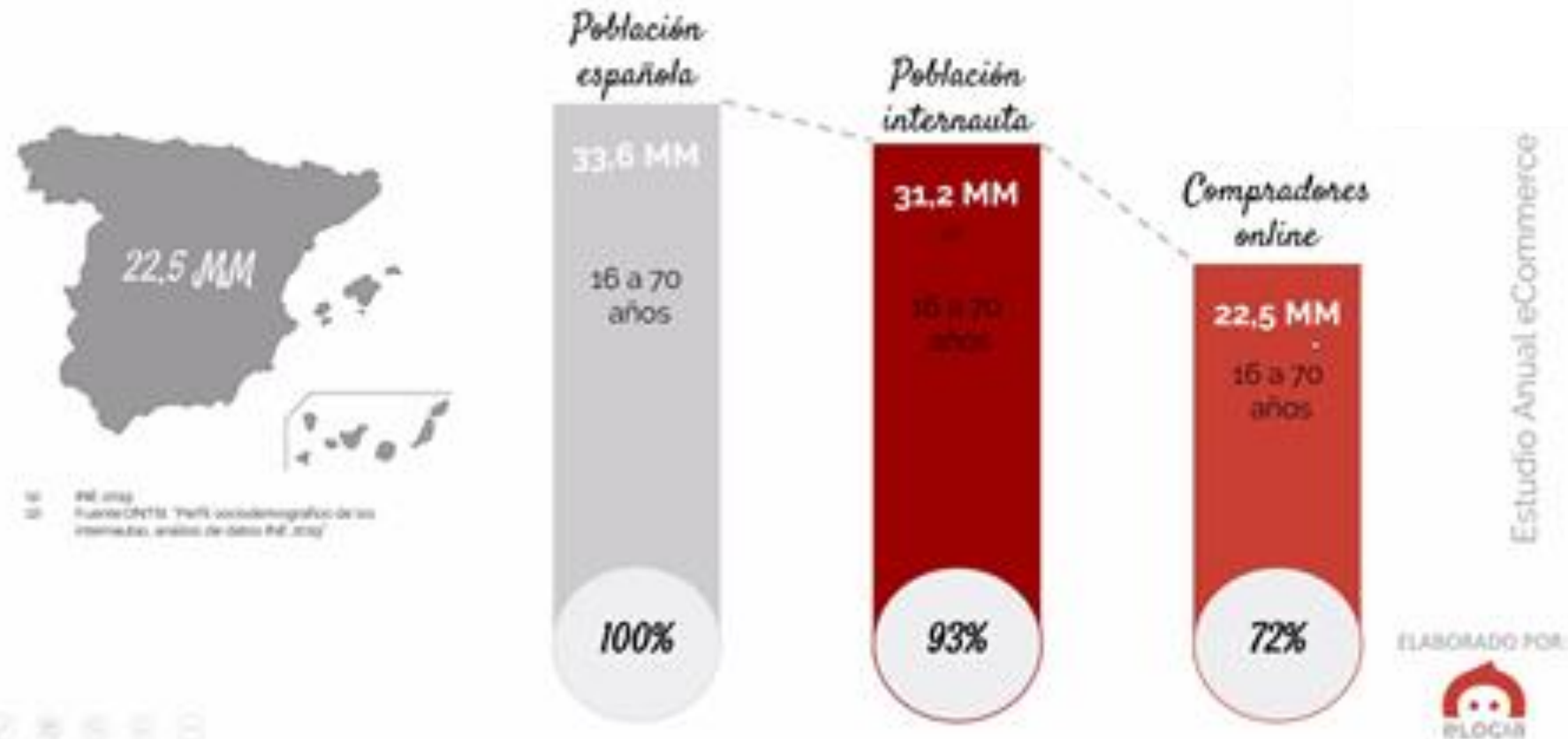
Uso y hábitos de compra | Perfil y gasto promedio

El gasto promedio por acto de compra sube respecto a 2019 (68€ en 2020 vs. 64€ en 2019).



Dimensionamiento del mercado | Penetración actual

Del total de población internauta española de 16 a 70 años, un 72% ya usa internet como canal de compra.





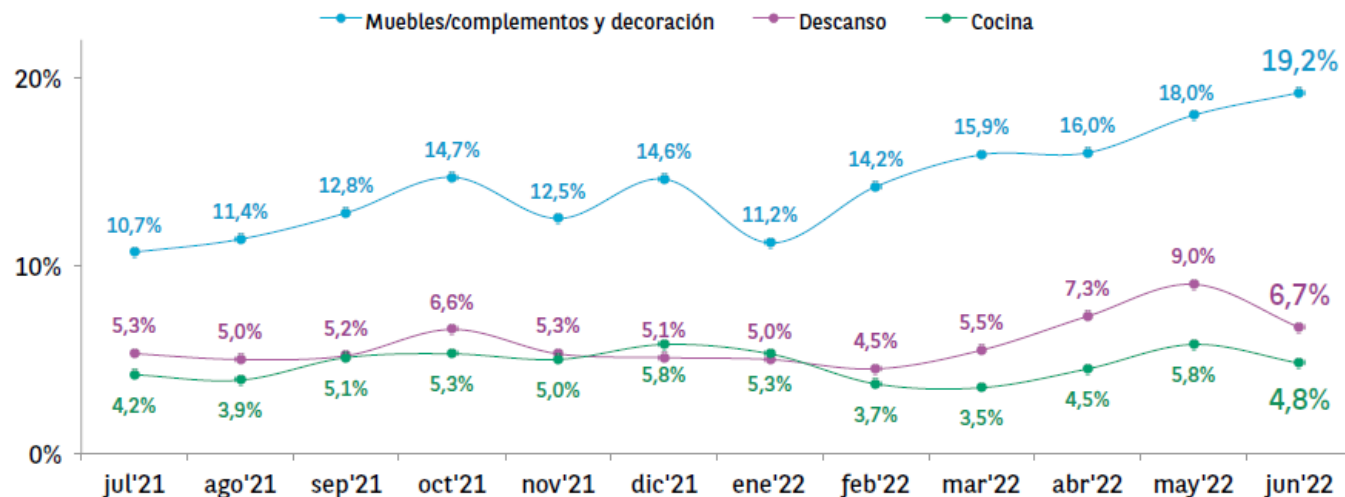
HABITAT

25 AÑOS

HÄFELE

¿Piensa adquirir en los próximos 3 meses algunos de los siguientes bienes y servicios?

CANAL OFFLINE + ONLINE



¿Qué importe tiene pensado gastar en cada uno de los bienes y servicios que piensa adquirir?



406€



342€



583€

VARIACIÓN
vs. MAY. 2022



+1,2 P.P.



-2,3 P.P.



-1,0 P.P.

OBSERVATORIO
Cetelem

BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



SÍNTESIS INTENCIONES DE COMPRA

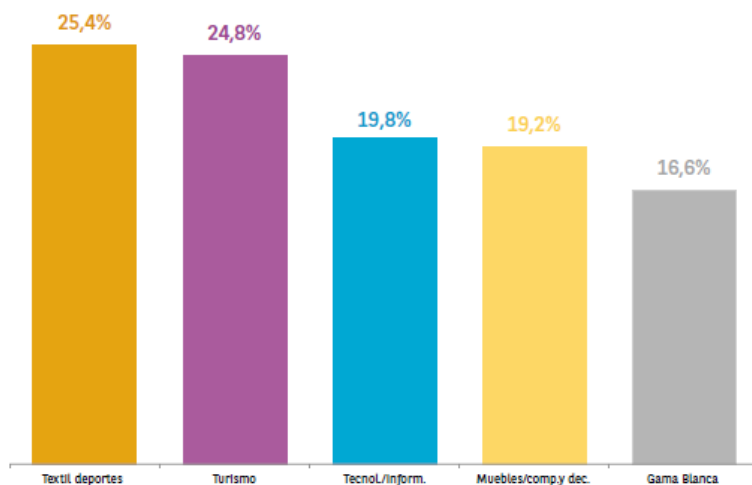
25 AÑOS

¿Piensa adquirir en los próximos 3 meses algunos de los siguientes bienes y servicios?

CANAL OFFLINE + ONLINE

En junio de 2022, el Top 5 en intenciones de compra para los próximos tres meses son:

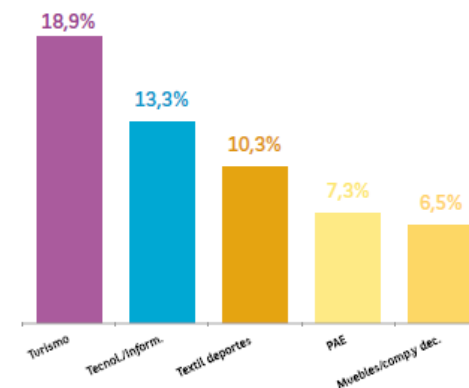
- Textil / Deportes: 25,4%
- Turismo: 24,8%
- Tecnología / Informática: 19,8%
- Muebles / Complementos / Decoración: 19,2%
- Gama blanca: 16,6%



Si distinguimos por canales:

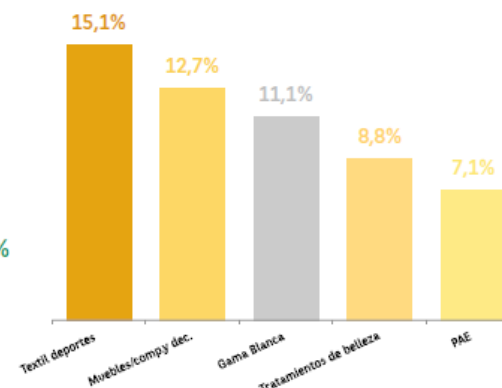
Top 5 canal online:

- Turismo: 18,9%
- Tecnología / Informática: 13,3%
- Textil / Deportes: 10,3%
- P.A.E.: 7,3%
- Muebles / Complementos / Decoración: 6,5%



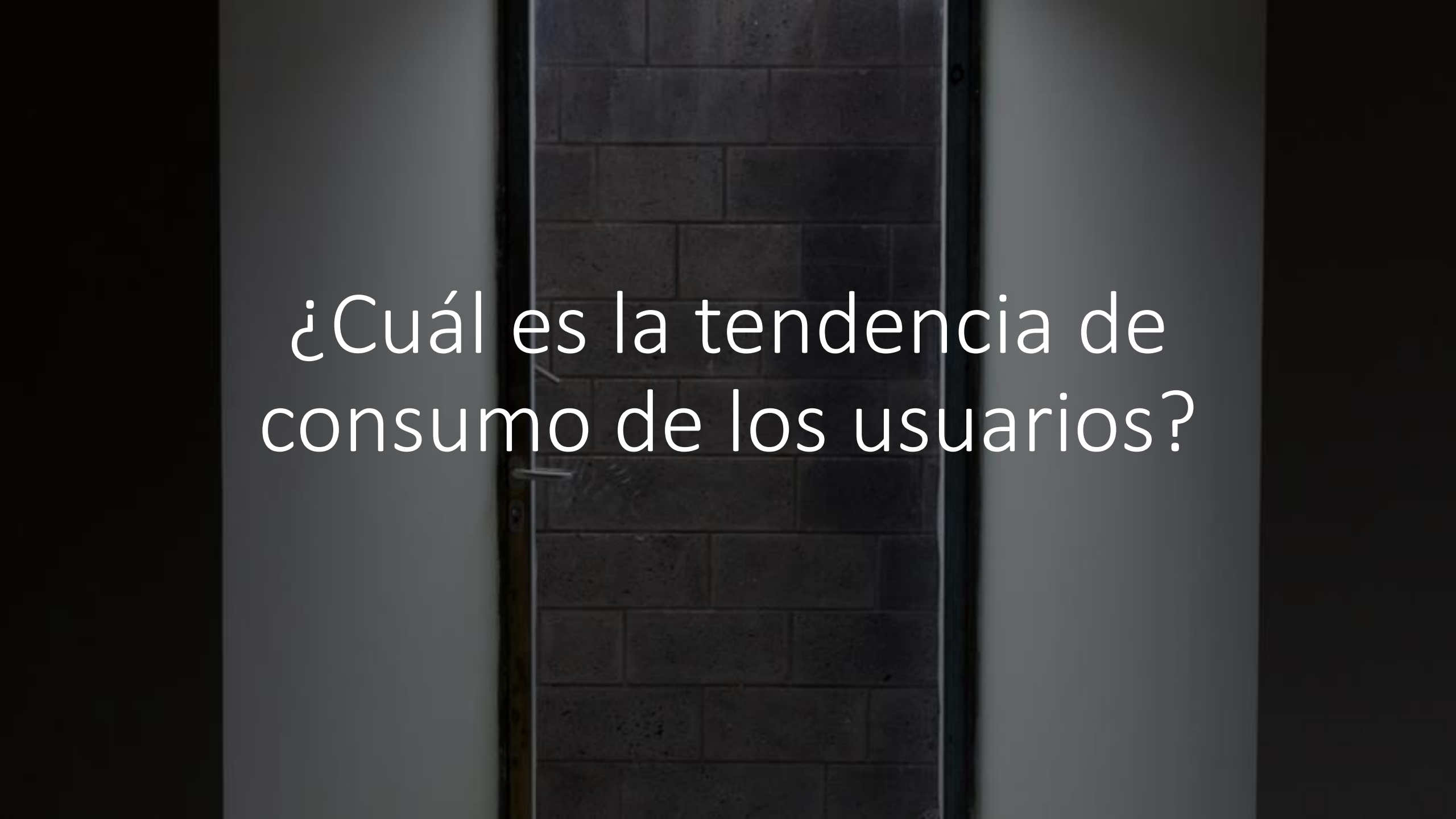
Top 5 canal offline:

- Textil deportes: 15,1%
- Muebles / Complementos / Decoración: 12,7%
- Gama blanca: 11,1%
- Tratamientos de belleza: 8,8%
- P.A.E.: 7,1%



OBSERVATORIO
Cetelem

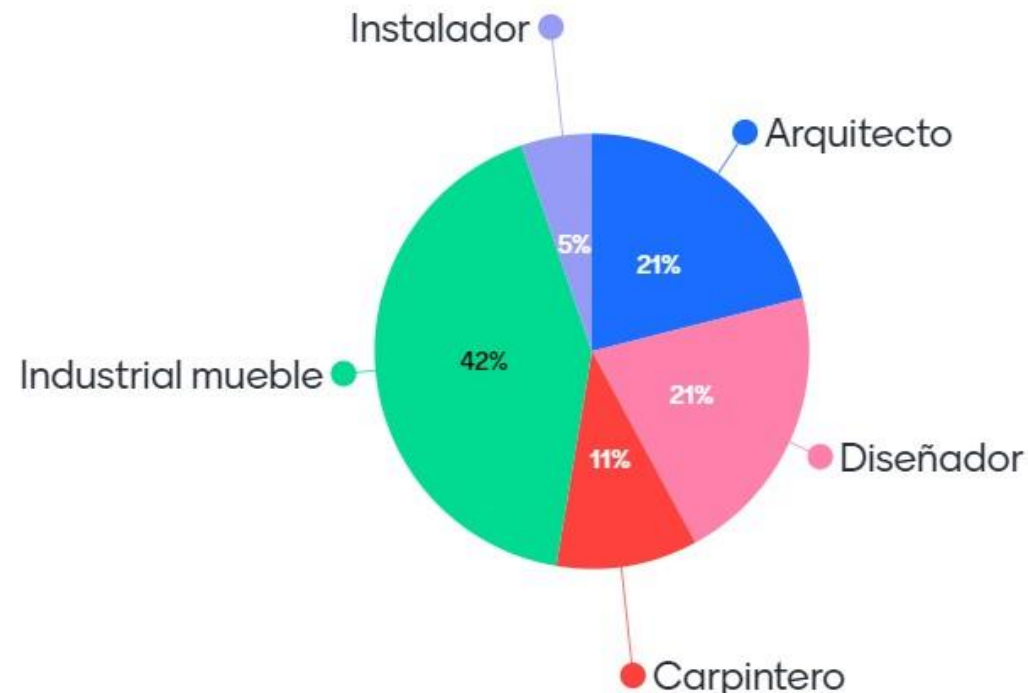
DNP PARISAD
INFORMACIÓN FINANCIERA

The background of the slide is a dark, textured surface with a brick-like pattern. A vertical metal bar or handle is visible on the left side of the image.

¿Cuál es la tendencia de
consumo de los usuarios?

La cadena de valor y la comunicación

Contexto de evento que realizamos junto con AMC y Houzz: Durante la sesión, los participantes pudieron interactuar con encuestas en directo que permitieron poner en valor cuáles son las preocupaciones actuales del sector y las necesidades de trabajo en conjunto.



Valoración de herramientas más valoradas por los profesionales

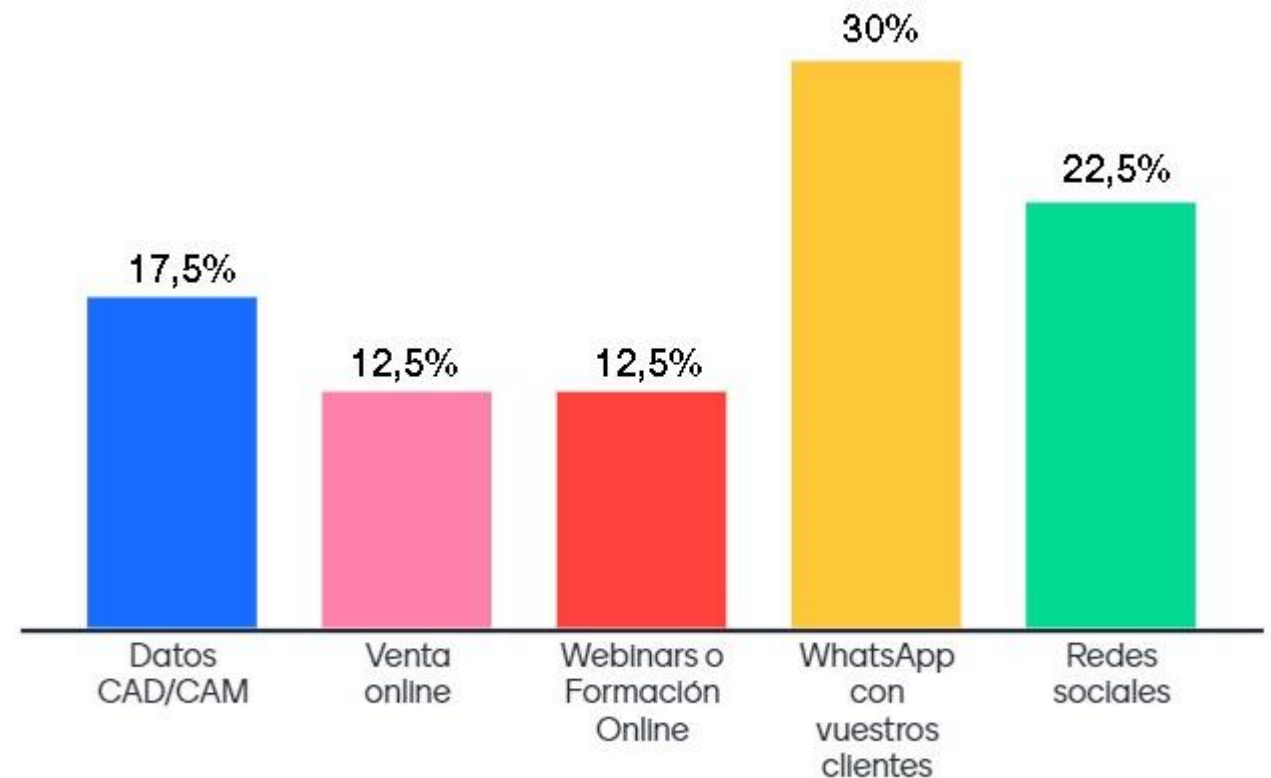
Fuente: Encuesta realizada a profesionales durante “No estás preparado para la digitalización y lo sabes” del 16/11/2021

Formación online, redes sociales, software de gestión y fidelización de clientes, configuradores, venta online, posicionamiento en buscadores, ... son las herramientas digitales más conocidas actualmente y por tanto más valoradas con la interacción de los clientes, siendo la experiencia previa de otros usuarios lo que ayudaba a conocer mucho más a los profesionales y por tanto conseguir una mejor reputación (online y offline) que se tradujese en confianza y compra.



Autovaloración nivel de digitalización

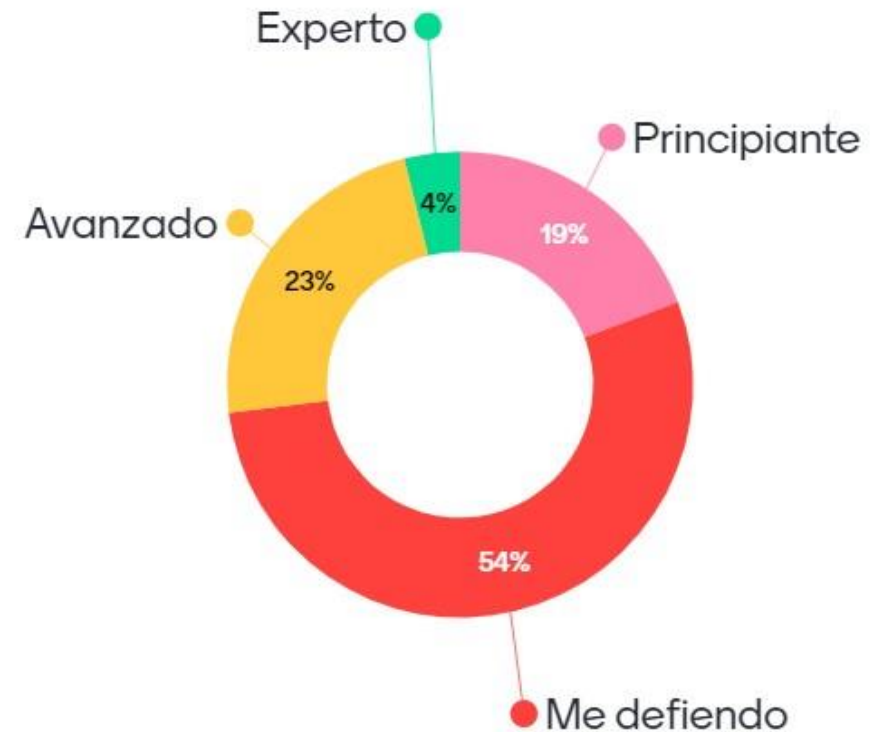
El nivel de digitalización también se relacionó con la definición propia del concepto, quizá excesivamente utilizado en los últimos años, pero en los que no sólo las grandes empresas con grandes inversiones pueden sentirse reflejados.



La digitalización es información

Uno de los puntos clave de la sesión ocurrió en el momento en el que los ponentes invitaron a los asistentes a que se autovalorasen y compartiesen qué nivel de digitalización creían que tenían.

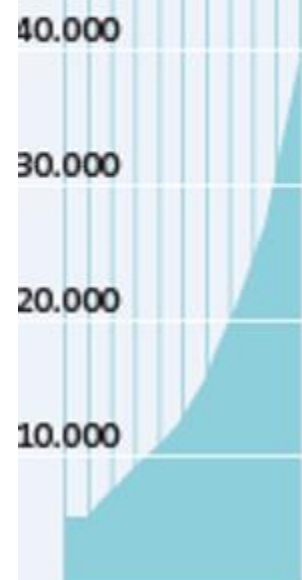
El 54% consideraba que “nadaba” en el entorno digital de una manera habitual y que podía defenderse en su día a día, siendo solo el 19% aquellos que consideraban que aún no estaban familiarizados con la nueva tendencia y los cambios del sector.



FACTURACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

En millones de euros

2008 13 2018



Crecimiento interanual en porcentaje

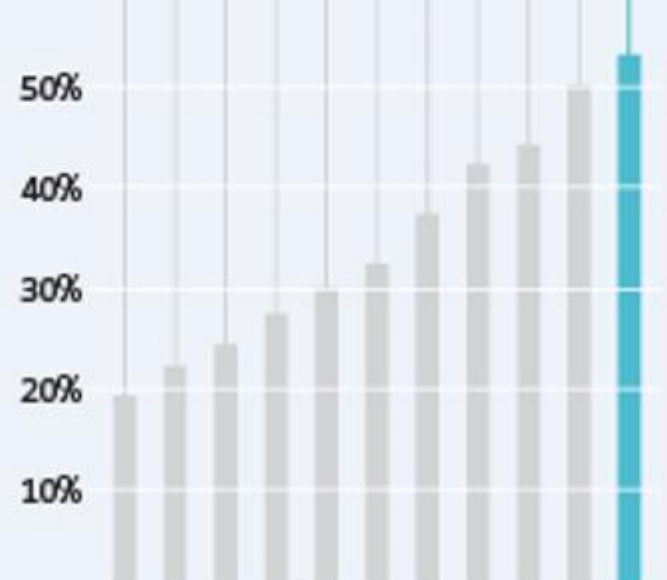
2008 13 2018



Más del 50% de personas ya compra por internet

Porcentaje de personas entre 16 y 74 años que han comprado por internet en los últimos doce meses)

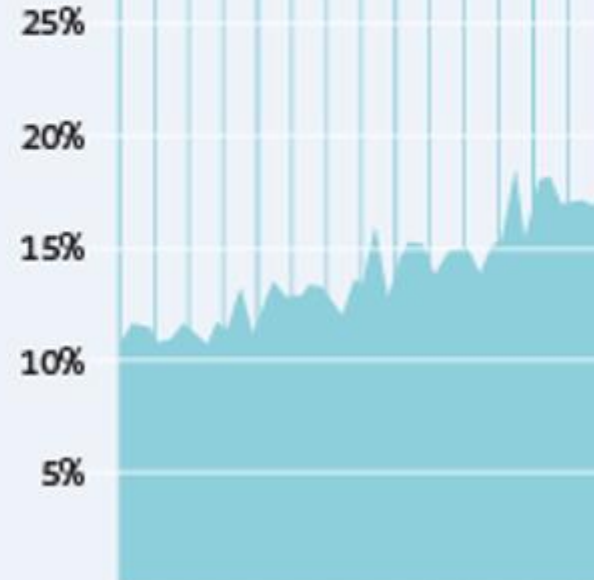
2008 10 12 14 16 2018



1 de cada 5 euros se gasta en internet

Porcentaje del gasto online realizado por los consumidores

2015 2016 2017 2018



FUENTE: BBVA Research

La era del ecommerce

Penetración de ecommerce en España y gasto por usuario (en dólares)



El cliente, ese gran
desconocido



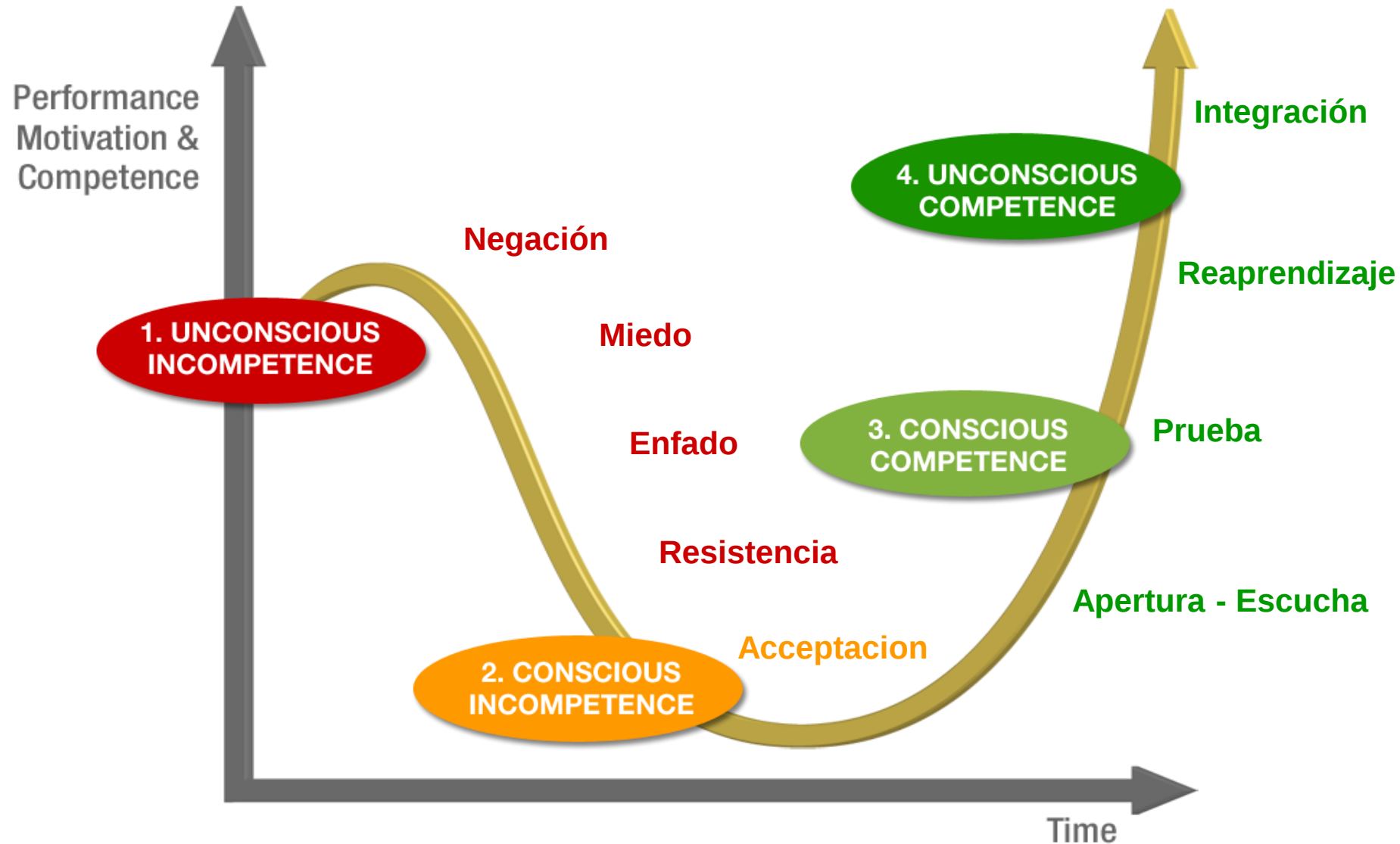
- Houzz 40 millones de usuarios
- Habitissimo 8000 profesionales - 1,5 millones de usuarios

¿Dónde está mi cliente?

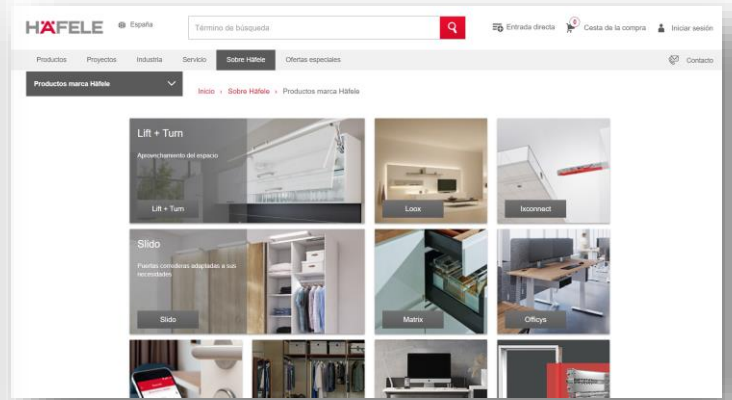
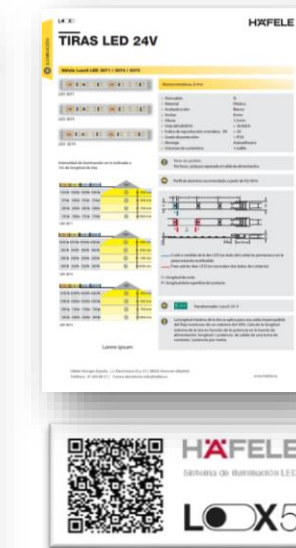
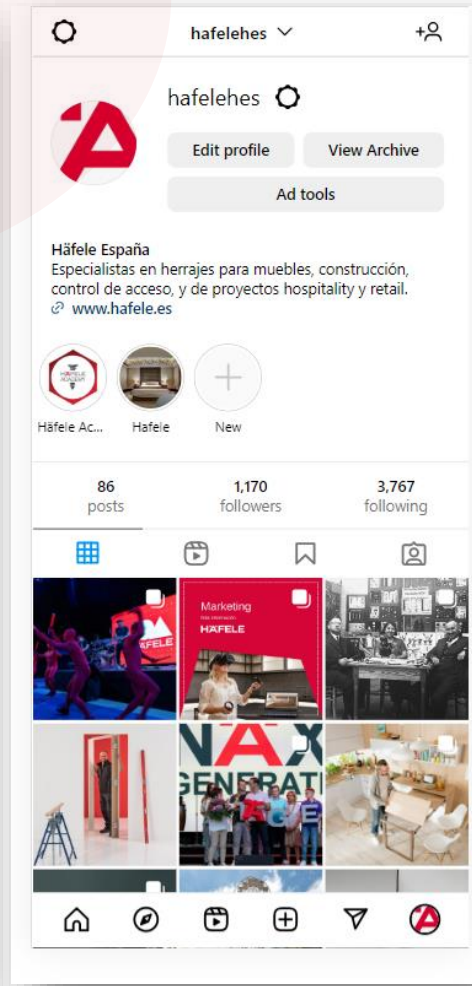
¿Dónde creen los futuros profesionales que está el negocio?



El cambio de hábitos



Comunicación



Gracias