

# GRUP GAMMA consolida su feria virtual #CONNECTINGGAMMA2022

Celebrada del 28 de febrero al 13 de marzo; han sido dos semanas repletas de actividad, de conocimiento y de debate, en un formato virtual que permite poder alargar la feria más allá de lo que podría hacerse de forma presencial, y aportar así más flexibilidad y comodidad en la participación tanto de los asociados como de los proveedores.

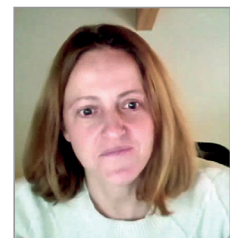
Una edición en la que diariamente se presentaban diferentes novedades y donde los asociados de Grup Gamma pudieron disfrutar y beneficiarse de importantes ofertas de compras. Además, también se han realizado dos webinars diarios y hasta un total de 20 en toda la edición, que han aportado conocimiento y debate en diferentes aspectos relacionados con el sector, los productos y la decoración.

Además de ser una inmejorable oportunidad de compra, #CONNECTINGGAMMA2022 también es un evento donde se comparte conocimiento y experiencias con formatos como



las entrevistas realizadas a asociados que han hablado de casos de éxito y experiencias muy enriquecedoras que han hecho, de cada entrevista, una oportunidad de ampliar conocimientos. A continuación, publicamos un resumen de los temas tratados en las entrevistas realizadas por la organización de la Feria a algunos asociados de Grup Gamma en la edición de este año que finalizó el pasado 13 de marzo.

## ENTREVISTAS #CONNECTINGGAMMA2022



### GAMMA Almacenes La Cueva – Raquel González, Gerente

#### ¿Qué motivó la decisión de cambiar de ERP?

El motivo fue porque teníamos uno de generalista, pero se nos quedaba pequeño en cuanto a referencias.

#### ¿Qué ventajas aporta trabajar con un ERP?

Creemos que es fundamental. Tenerlo todo en una misma herramienta te facilita mucho la gestión, la toma de decisiones, el stock... Este cambio nos ha aportado una mayor agilidad, con mucha adaptabilidad, rapidez y capacidad de crecimiento.

#### ¿Cómo es el proceso de cambio? ¿Qué consejos darías a los asociados que quieren implementar un ERP para su gestión?

La verdad es que tuvimos bastante tiempo para pensar si queríamos hacer el cambio y, al final, tomamos la decisión. En nuestro caso, AF Informática nos lo puso muy fácil y todo resultó bastante rápido. Al principio teníamos miedo, pero fue mucho más sencillo de lo que pensábamos.

#### ¿Podrías afirmar que os ayuda a ser más productivos?

Sin duda. Y además nos permite tenerlo todo digitalizado, lo que nos aporta rapidez y facilidad de gestión.

## ENTREVISTAS #CONNECTINGGAMMA2022



### GAMMA Almacenes Romu – Carmelo Rodríguez, Gerente

#### ¿Qué ventajas tiene para los almacenes estar cerca del cliente en el proceso de obra?

Principalmente tener un contacto más cercano con el cliente y la oportunidad de ofrecerle nuestros servicios y productos.

#### ¿Planteáis este servicio de asesoría y visita a pie de obra como una parte más del proceso de venta en todos los casos o como servicio adicional que ofrecéis en casos concretos?

Lo consideramos parte del proceso de venta y no deja de ser una atención personalizada al cliente que, además, nos agradecen porque así no pierden tiempo en salir para cualquier consulta. Las dudas que puedan surgir pueden solucionarse en la misma obra.

#### ¿Cómo desarrolláis y organizáis internamente este servicio?

Hacemos un seguimiento esporádico. No queremos ser demasiado insistentes, pero nos vamos acercando de vez en cuando para que sepan que estamos allí para lo que necesiten, ya sea suministrar productos o aportar servicios.

#### ¿En qué áreas de negocio suele ser más necesario este servicio?

En el proceso de obra, materiales bastos, métodos constructivos, aislantes... Luego hay una segunda parte en la que también estamos presentes con revestimientos cerámicos, pavimentos, etc.

#### ¿Cuándo y por qué motivos empezasteis a visitar a vuestros clientes en las obras para asesorarles y prescribirles soluciones?

Empezamos hace un tiempo porque vimos esta necesidad, y comprobamos que si nos acercábamos a la obra funcionaba porque se creaba un vínculo con el cliente que nos ayudaba a aportarles soluciones y aprender de ellos.



### GAMMA Abreu – José Manuel Abreu, Gerente

#### ¿Cómo surge la iniciativa de incorporar nuevas familias de producto?

El primer motivo fue seguir ampliando el negocio y seguir creciendo. Otro, fue la demanda que los clientes nos hacían.

#### Antes trabajabais baños, cerámicas y materiales bastos de obra, ¿los clientes de ferretería son los mismos de antes o estáis ganando nuevos clientes?

Al principio, empezamos con baños y materiales bastos y, posteriormente, comenzamos a introducir herramientas, ferretería, electricidad, etc., de forma progresiva. Ahora, podemos afirmar que tenemos más clientes cada día.

#### Ha sido un cambio paulatino, ¿cómo lo habéis organizado internamente?

Sí, empezamos poco a poco. Hace tres años hicimos un pequeño salto, modificamos instalaciones e hicimos más compras y más modernas. También realizamos incorporaciones para poder cubrir las necesidades de personal.

#### ¿En qué os beneficia añadir estos productos a vuestra oferta?

Una de las principales ventajas es que el cliente encuentre en nosotros todo lo que necesita para su reforma. Hemos ganado en fidelidad y, además, hemos aumentado la facturación. El balance es muy positivo y no esperábamos este resultado que estamos teniendo y, de hecho, debo reconocer que éramos un poco reacios, pero ahora lo recomendamos totalmente.

## ENTREVISTAS #CONNECTINGAMMA2022

**GAMMA Bolaños – Lozano Antonio Rodríguez, Codirector****¿Cómo llegáis a asumir la gerencia de Gamma Bolaños Lozano?**

Nos surge justo en pleno confinamiento del Coronavirus. Manuel, mi suegro, nos comenta que se quiere jubilar y nos da la opción de venir a gestionar la empresa. Teníamos nuestra vida en Madrid, pero empezamos a sopesar la idea de hacer un cambio de vida y venir a gestionar la empresa con más ilusión y energía que el conocimiento del mercado.

**Y al no tener experiencia y asumir esta gestión ¿Os ha ayudado formar parte de un grupo como Gamma?**

Para nosotros es clave. Tenemos la tranquilidad de tener el soporte de un equipo profesional y cualificado que tiene que ser nuestro compañero de viaje. Además, se trata de un sentimiento de pertenencia a una comunidad, a un grupo, que también debería enriquecernos a lo largo del tiempo.

Creemos que es un valor diferencial importantísimo en nuestra zona tener la cercanía y el conocimiento de nuestros apellidos, que junto con la experiencia y la solvencia de Grup Gamma, sin duda pueden hacer una combinación ganadora a lo largo del tiempo.

**¿Por qué decidisteis tener vuestro e-commerce y vuestras redes sociales con Grup Gamma? ¿Podéis contarnos vuestra experiencia?**

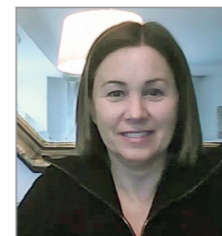
Teníamos muy claro que esto era un básico, y apenas lo pensamos. Lo pusimos en marcha muy rápido. La posibilidad de estar aprendiendo sobre la marcha en pocas horas no tiene precio.

Una vez que ya hemos empezado a funcionar, estamos aprendiendo mucho y estamos empezando a generar nuestro propio contenido añadido a los que el grupo nos va ofreciendo. Con Grup Gamma, además de estar aprendiendo, tenemos la seguridad de tener alguien cerca para ayudarnos.

**¿Cuáles son los retos que os surgen a partir de ahora?**

Acabar la transición generacional y seguir aprendiendo. También estamos proyectando un plan a tres años, definiendo prioridades y estableciendo objetivos. En esto, Grup Gamma también nos está ayudando en el diseño de la nueva exposición que queremos lanzar en breve.

## ENTREVISTAS #CONNECTINGAMMA2022

**GAMMA Calabuig Yolanda Calabuig, Gerente y Directora Financiera****¿Por qué COMERCIAL DE TECHOS CALABUIG, decide transformar su delegación de Elche y adherirla a Grup Gamma?**

Antes estábamos muy enfocados en el sector del aislamiento, pero decidimos reconvertir el almacén de Elche y ampliar la gama de negocio. Nos ha favorecido el hecho de que la zona donde tenemos nuestro almacén se ha convertido en una gran zona residencial con muchas tiendas, y esto hace que nos encontremos muy cerca del público particular. Por este motivo vimos que había una gran oportunidad de negocio y decidimos ampliar.

**¿Qué os hace decidir por Grup Gamma?**

Las centrales de compra similares a Grup Gamma están más enfocadas al público profesional, pero Gamma, a parte del mundo profesional, también se centra mucho, por su política de campañas y de catálogos, en hacer una gran exposición y una visión más atractiva de cara al particular.

**¿Cómo valora la experiencia y el proceso de reforma de la tienda y de las zonas de exposición y la ampliación de las referencias?**

El trabajo con el departamento de diseño ha sido espectacular. Ha habido muy buen *feeling* y desde Gamma nos han prestado mucha colaboración. Nos han propuesto cambios importantes tanto en el diseño, como en la implantación, y en la selección de los elementos de las exposiciones. Ha sido laborioso, pero esta implantación nos ha servido a la vez para conocer mejor los productos.

**¿Cuál es la valoración de resultados?**

Estamos contentos. Aunque llevamos poco tiempo, a nivel particular se ha generado una expectación importante. En la parte industrial vamos poco a poco, pero los clientes que teníamos de aislamiento les ha gustado y hemos podido aprovechar muchas sinergias con ellos.

**GAMMA Garciventa – Ángel Vila García, Gerente****¿Cuándo empezasteis a trabajar con el servicio de financiación?**

Empezamos con el servicio de financiación casi desde nuestros inicios, hace ya 26 años.

**¿En qué tipo de proyectos suelen solicitaros más financiaciones?**

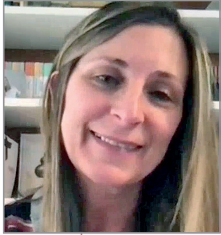
Pues la verdad es que en casi todos los proyectos: compra de baños, muebles de cocina y electrodomésticos, suelos cerámicos y tarima, puertas, herramientas, maquinaria...

**¿Tener este servicio os hace más competitivos y os ayuda a cerrar más ventas?**

Sin duda. Éste servicio nos permite dar un salto y ofrecer un producto de mayor categoría. Al estar financiado podemos introducir más productos en el proyecto e incrementar, así, el importe de la venta.



## ENTREVISTAS #CONNECTINGAMMA2022



### GAMMA Jordi Vilar – Claustre Casserras, Administración Comercial

**Sois uno de los pioneros dentro de GRUP GAMMA en apostar por productos de bioconstrucción. ¿De dónde nace la decisión de apostar por este tipo de productos?**

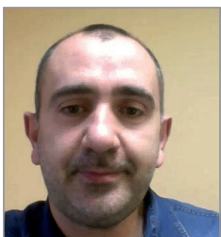
En nuestra empresa, esta decisión nace a partir de una forma de vivir en familia en la que damos mucha importancia a una alimentación saludable, unos juguetes naturales, a unos productos respetuosos con el medio ambiente, y a la larga se hizo extensivo a los materiales utilizados para la construcción, que en este caso es nuestra empresa. Se trata de ser coherente con una filosofía de vida.

**¿En qué consisten los productos para bioconstrucción y en qué se diferencian de los convencionales?**

Son aquellos que están libres de compuestos químicos, libres de aquellas sustancias como los compuestos orgánicos volátiles y los formaldehidos, muy presentes en muchos de los materiales convencionales de construcción. En la producción y fabricación de los materiales de bioconstrucción, estos no están sometidos a procesos de fabricación agresivos y tienen muy presentes el medio ambiente y el planeta. Además, están libres de estas sustancias que hemos comentados anteriormente.

**¿Qué beneficios aporta al cliente este tipo de productos?**

Los beneficios son, por un lado, la transpirabilidad de las paredes, especialmente las que son de envolvente, donde esta transpirabilidad mejora la calidad del aire que respiramos dentro de la casa, y regula la humedad ambiente y evita condensaciones y moho en las paredes. También, al no haber electricidad estática, tampoco hay ácaros en suelos y revestimientos. En general, la sensación y la forma de habitar el espacio, pasan por la confortabilidad y la agradabilidad. También implica un ahorro energético muy importante. Nos sentimos muy orgullosos de colaborar con nuestro granito de arena en la conservación de este planeta tan bonito y que desde nuestro punto de venta podamos concienciar un poco al público.



### GAMMA Baku – Miquel Pubill, Gerente

**Trabajáis con cocinas desde 2012, cuáles son los beneficios que os reporta trabajar este tipo de proyectos.**

No tiene nada que ver la venta de un mueble de baño a una cocina. En nuestro caso, todo el proceso empieza de cero. Es decir, el cliente tiene un sueño y tú tienes que plasmar en un programa 3D esa idea. Los vas ayudando y a partir de allí hacemos el presupuesto y realizamos la cocina. Esto nos permite hacer un proyecto a medida y que se convierte en un proyecto único. De hecho, no hemos hecho dos cocinas iguales.

**¿El cliente que compra una cocina tiene más posibilidades de convertirse en un cliente prescriptor?**

Sí una vez “entras” en un edificio y haces una cocina es muy raro que no acabes haciendo otros proyectos de cocinas o de baños en ese mismo edificio. Cuando vendes alguna cocina, suele venir algún familiar o vecino para preguntar, y esto genera un flujo de personas y las posibilidades de confirmar cocinas aumentan.

**¿Qué beneficio y ventajas tiene para vosotros trabajar con un programa de 3D?**

Si no trabajas con un programa de 3D es muy difícil plasmar la idea del cliente. Al hacerlo, le puedes mostrar la cocina que el cliente ha imaginado. En el momento de realizar el pedido de los muebles ya tienes todo el detalle del proyecto y ya lo ves como real, no hay que imaginar nada.