

RESUMEN CONVENCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL

Tras dos años de pandemia global nos encontramos en un entorno VUCA, con una coyuntura volátil y con factores que están generando incertidumbre en los mercados como la situación de falta de materias primas, subidas de precios y problemática en el sector del transporte marítimo. Esta coyuntura hizo que ACTIU comenzará a prepararse hace unos años para ser más flexible y digital e innovadora gracias a un proyecto de transformación digital para prepararse para el futuro. SAP, como centro de este cambio, nos ofrece una plataforma líder en el mercado donde pivotará un cambio cultural y de trabajo que nos hará más fuertes y rápidos en el corto plazo. Las claves del futuro de nuestra compañía se deben cimentar en 3 puntos clave: **Estrategia empresarial clara, estructura de balance saneado y agilidad en la toma de decisiones.**

ACTIU cuenta con unos valores muy fuertes sobre los que tenemos que apalancarnos en todo momento: Bienestar, Diseño, Innovación, Fabricación y Sostenibilidad. Todos ellos están arraigados en nuestro ADN y son diferenciales respecto a la mayoría de los competidores en todos los mercados. Es el valor añadido que podemos dar a nuestros clientes y colaboradores.

Vamos a centrarnos en el eje estratégico **MARCA – PRODUCTO – MERCADO**, todo centrado en el cliente, **devolviendo el protagonismo al canal de Distribución**. Generando un vínculo con el dealer y una cultura de cercanía visible y palpable en todas nuestras acciones.

Es un año en el que nos proponemos cambiar nuestro enfoque y aprovechar una de las armas más poderosas que tenemos: nuestro **Parque Tecnológico ACTIU**. Y siendo consecuentes con esto, hemos tomado la decisión de no acudir a Orgatec y generar acciones que ayuden a nuestros colaboradores a sentirse parte de la familia ACTIU a todos los niveles mediante visitas a nuestro parque, así como a **Valencia** aprovechando que es **Capital Mundial de Diseño**. Para ello, iniciamos un proyecto de transformación y digitalización del Parque que ofrezca a nuestros visitantes una nueva visión de ACTIU más actual, más innovadora y mucho más enfocada al futuro.

Recuperamos la generación de producto durante 2022 con lanzamientos a lo largo del año que reforzarán nuestra situación en los diferentes sectores. Asimismo, recobramos una cultura de producto con acciones push y campañas comerciales que generarán una mayor capacidad de venta en productos clave diferenciados en el mercado a través de su diseño y competitividad.

El objetivo comercial es sin duda **Recuperar la confianza del mercado, generando negocio a nuestros colaboradores y ofreciendo una política clara y profesional de relación con ellos**. Estrategia clara hacia el distribuidor y sector "Corporate" para la recuperación. Apalancarnos en relaciones cercanas y recuperación de servicio. Y teniendo mayor agresividad comercial. Para ello, lo primero será recuperar nuestros niveles de servicio en los ejes higiénicos aportando fiabilidad y visibilidad a nuestros clientes en un primer paso y seguir mejorando nuestros plazos de entrega y respuesta en la gestión de las incidencias.

En 2022 seguiremos apostando por **liderar la Nueva Educación**, con acciones claras en este sector que nos permitan ofrecer un contenido de valor, que ayude a nuestros distribuidores a generar mayor negocio. Para ello, como comentamos, es muy importante que podamos tener un portfolio de proyectos realizados que mostremos como referente para captar nuevos clientes y oportunidades.

La **Sanidad** será uno de los sectores con mayor inversión a partir de ahora, pues existe una conciencia mucho mayor del aporte social que este sector realiza. Esto nos brindará grandes oportunidades que debemos aprovechar. Ya somos un actor muy relevante en este sector haciendo grandes proyectos hospitalarios en España y otras partes del mundo. Tenemos la experiencia pues estamos homologados en los principales grupos hospitalarios privados en España. Esto debemos ponerlo en valor para generar mayor negocio nacional e internacionalmente.

Comenzamos una andadura en el sector **Hospitality y Contract** en la que debemos aprender y visibilizar nuestras fortalezas de marca y producto. A través de eventos y una comunicación adecuada empezaremos a ser un actor importante. Al igual que en el sector de la educación, debemos ser capaces de tangibilizar los proyectos realizados a través de nuestras vías de comunicación: web y RRSS.

Como hemos comentado, vamos a poner al distribuidor en el centro generando una batería de acciones y herramientas con las que apoyar nuestra relación comercial y de comunicación con ellos de las que puntualizamos las más relevantes:

- Estamos trabajando en ultimar los **Acuerdos con distribuidores** que puedan ofrecer un compromiso firme de la compañía con ellos. Tocando muchos puntos de conexión que nos ayuden a generar ese vínculo de colaboración y futuro común.
- A lo largo del año realizaremos **Convenciones de clientes** de las que os informaremos más adelante de fechas y operativa.
- Ya estamos trabajando en volver a recuperar la **Tarifa Express**, con unas 500 referencias de inicio que puedan ser relevantes para nuestros distribuidores y les ayuden a recuperar la venta de día a día con un servicio ágil y normalizado.
- Hemos iniciado ya el **B2B** como plataforma de negocio para ellos, con un desarrollo continuo que permitirá ofrecer soluciones en 4 vertientes muy claras: Outlet, Stock disponible en almacén, Tarifa Express, así como Campañas y promociones. Una herramienta que trabajará en tiempo real y vinculada con el sistema SAP para ofrecer agilidad en la gestión.
- Estableceremos un calendario de **Formación continua** para nuestros colaboradores a nivel de Tendencias, Producto, Sectores y Valores, con una generación de contenido útil y dinámico que les aporte conocimiento y un nuevo discurso en el mercado.

- Mediante la planificación y alineamiento del comité de mercados hemos generado un **Calendario de contenido, producto, eventos, campañas y comunicación**. Todo coordinado y con anticipación para que nuestros dealers puedan ser altavoz de dichas acciones y obtengamos un retorno mayor a nivel de negocio.
- Renovamos la **WEB de ACTIU** con un enfoque claro a la generación de leads, y con nuevas oportunidades como la personalización del contenido por mercado o la actualización de la imagen gráfica. Y lo más importante, permitiendo obtener información de valor que nos ayude a entender los intereses de nuestros colaboradores y clientes.
- Trabajaremos en la nueva **Política Online**, así como el **B2C**, estableciendo una relación de ética digital, pero fortaleciendo la relación con los distribuidores haciéndoles partícipes de esta plataforma.

Otro de los puntos clave es el proyecto de desarrollo del **Departamento Post Venta**, creando un área interna en el que se concentre, desde un punto de vista comercial toda la sección post venta, generando un equipo de trabajo interdepartamental para mejorar las 3 áreas que englobaría: Calidad, logística e instalaciones.

Todas estas mejoras tienen un punto común del que parte todo y hace que sea medible para la toma de decisiones: **el DATO**. Y todo comienza por el Departamento Comercial como punta de lanza y contacto directo con nuestros partners. El **CRM** es la herramienta clave que nos puede ayudar a tener una visibilidad y control del mercado. Nos ayuda a priorizar acciones, pedidos, fabricación, compras, etc. Pero lo más importante, nos ayuda a la gestión de la actividad comercial. Es por ello que os pedimos establecer una cultura y una rutina de introducción de la información adecuada en el sistema, que realmente nos permita tener una realidad y poder tomar decisiones óptimas que os ayuden a todos.

Por último, aunque no menos importante, estamos convencidos que el desarrollo de **GAIA** nos está aportando una diferenciación muy potente en el mercado. Además de ser una herramienta de venta relacionada con el bienestar de las personas y mejora y optimización de los espacios de trabajo, va a ser una forma de acercarnos, desde un punto de vista muy distinto, a cuentas que hasta ahora nos era muy difícil entrar. En esta convención hemos visto el estado del proyecto, así como las acciones a corto plazo de push comercial y la estructura y flujo de trabajo que debemos seguir. Sólo nos queda ponerlas en marcha y acompañar a los clientes para demostrar el interés del mercado en esta solución.