

## Atman z nową stroną i platformą sprzedaży online

**Lider polskiego rynku data center zastąpił swoją dotychczasową stronę internetową odświeżonym portalem sprzedażowym. Wykorzystuje on rozwiązania znane z branży e-commerce i bazuje na silniku stworzonym z myślą o sklepach internetowych.**

### Czytelnie i mobilnie

Nowa strona opracowana została we współpracy z IAI S.A. i oparta na doskonale sprawdzonym i bezpiecznym systemie IAI-Shop.com. Firma IAI S.A. wcześniej zintegrowała swoje rozwiązania wspierające sprzedaż i obsługę klientów m.in. z PKO Bankiem Polskim, mBankiem, Poczta Polska, DHL, PayU czy Gemusem.

W nowej witrynie wprowadzono odświeżony i bardziej czytelny układ informacji dotyczących wszystkich oferowanych przez Atmana usług. – *Jasno pogrupowaliśmy naszą ofertę z czterech obszarów – data center, serwerów dedykowanych, cloud computingu oraz telekomunikacji i bezpieczeństwa sieciowego. Główne zmiany? Strona umożliwi obecnie szybki i bezpośredni zakup online wybranych produktów i usług, została także zoptymalizowana pod kątem smartfonów i tabletów* – tłumaczy Grzegorz Żmijewski, dyrektor Działu Marketingu i Rozwoju Biznesu w Atmanie.

### Współpraca z potentatem e-commerce

Najważniejszą zmianą jest wykorzystanie rozwiązań e-commerce znanych z segmentu B2C i zaadaptowanie ich do potrzeb wymagającego rynku B2B. Z jednej strony strona WWW pozwala na łatwe zarządzanie zakupami, a z drugiej pozwala na skorzystanie z klasycznego kontaktu i zamawiania usług za pośrednictwem działu handlowego Atmana. Dodatkową zaletą nowego serwisu jest jego zintegrowanie z wewnętrznym systemem obsługi klienta i wsparcia sprzedaży, czyli CRM. Aby było to możliwe, w ramach projektu powstał specjalny system integracji przygotowany przy współudziale programistów z obu firm.

– *Postanowiliśmy połączyć zalety, jakie dają platformy e-commerce z funkcjami, jakich wymagają przedsiębiorcy. Nasza nowa platforma pozwala dzięki temu na pełną kontrolę procesu zakupowego, dostęp do zaawansowanych systemów budowania koszyków zakupowych i obsługi płatności czy zarządzania procesami zakupowo-inwestycyjnymi w czasie rzeczywistym* – przekonuje Grzegorz Żmijewski z Atmana. – *Praca nad wdrożeniem tego modelu jest nowatorska, wymagająca, ale dająca wiele korzyści w długim horyzoncie czasowym* – dodaje Grzegorz Żmijewski.

### Zakupy? Coraz częściej online

Uruchomienie nowej strony WWW i platformy sprzedażowej jest odpowiedzią na widoczny trend wzrostu sprzedaży produktów i usług dokonywanych online. O tym, że kanał internetowy staje się coraz chętniej wykorzystywany także w transakcjach B2B, informuje badanie Accenture Channel Shift: Measuring B2B Efforts To Shift Customers Online, z którego wynika, że niemal 60% globalnych firm sprzedaje swoje usługi online do 1/3 klientów biznesowych, zaś możliwość taką oferuje już 86% badanych przedsiębiorstw.

W Polsce sprzedaż online w największym stopniu napędzają konsumenci, jednak klienci B2B dokonują transakcji o średnio 10 razy większej wartości, wynika z raportu Digitalizacja rynku B2B. Cyfrowe Platformy Zakupowe opracowanego przez Deloitte i Aleo. Sam rynek e-commerce B2B do końca dekady ma zdaniem autorów badania osiągnąć wartość 344 mld złotych.

*ATM S.A. jest notowanym na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie liderem polskiego rynku centrów danych i ekspertem w zakresie bezpieczeństwa transmisji i przetwarzania danych. Pod marką **Atman** świadczy usługi kolokacji i hostingu oraz usługi w chmurze we własnych centrach danych o łącznej powierzchni 13 600 mkw. Wykorzystując swoje łącza zagraniczne i sieci światłowodowe w największych miastach Polski, Atman oferuje usługi szerokopasmowe, w tym dostęp do Internetu i transmisję danych. Głównymi odbiorcami usług są operatorzy telekomunikacyjni, media tradycyjne i portale internetowe oraz firmy z sektora finansowego, handlowego i przemysłowego. Więcej informacji na [www.atman.pl](http://www.atman.pl).*

