



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ Στρατηγικό εργαλείο στα χέρια

Του Πάρη Κορωναίου,
pkoroneos@boussias.com

11:00. Ημέρα Παρασκευή. Βρίσκομαι στα γραφεία της cosmoONE και ετοιμάζομαι να παρακολουθήσω μία ηλεκτρονική δημοπρασία προμηθειών

Η μοναδική μου εμπειρία με ηλεκτρονικές δημοπρασίες είναι μέσω ebay (B2C) αλλά αυτό που πρόκειται να παρακολουθήσω είναι κάτι εντελώς διαφορετικό, αφού πρόκειται για δημοπρασίες σε περιβάλλον B2B. «Το μυστικό μιας επιτυχημένης ηλεκτρονικής δημοπρασίας βρίσκεται σε μεγάλο βαθμό στο πλήθος των δεδομένων που γνωστοποιεί ο πελάτης προς τους συμμετέχοντες προμηθευτές», μου εκμυστηρεύεται η **Ιωάννα Ρασσιά, Sales Executive της cosmoONE**. «Η ποσότητα και ποιότητα των πληροφοριών που αφορούν τις ανάγκες του πελάτη, θα οδηγήσουν τον προμηθευτή στην προσφορά καλύτερων τιμών». Ξεκινάει η διαδικασία της δημοπρασίας, η οποία είναι μειοδοτικός «δυναμικός» διαγωνισμός και προγραμματισμένης διάρκειας μισής ώρας με απεριόριστες τρίλεπτες παρατάσεις. Αυτό σημαίνει ότι για κάθε προσφορά που θα γίνεται λίγο πριν την επίσημη λήξη της διαδικασίας, η δημοπρασία θα παρατείνεται για τρία λεπτά. Πελάτης είναι η **INTERAMERICAN**, η οποία έχει ανάγκη προμήθειας σε αναλώσιμα είδη γραφείου. Οι προμηθευτές είναι ήδη online αλλά μόνο ένας έχει «δώσει» προσφορά. Κάτι που είναι αναμενόμενο, αφού οι περισσότεροι κατα-

θέτουν τις προσφορές τους κυρίως το τελευταίο δεκάλεπτο για λόγους στρατηγικής. Στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, ο πελάτης επιλέγει τους προμηθευτές που θέλει να συμμετέχουν και η cosmoONE αναλαμβάνει να τους προσκαλέσει. Ωστόσο, υπάρχουν και περιπτώσεις κατά τις οποίες και η cosmoONE προτείνει - ήδη εκπαιδευμένους - προμηθευτές στους πελάτες. Αυτό συμβαίνει επειδή οι εταιρείες θέλουν και να διατηρήσουν τις υπάρχουσες σχέσεις με τους προμηθευτές τους αλλά και ταυτόχρονα να διευρύνουν τον κύκλο τους.

Όσο κυλάει ο χρόνος, αυξάνεται ο ρυθμός υποβολής προσφορών. Αυτό επιτάσσει άλλωστε η ψυχολογία των δημοπρασιών. Κάποιος καταθέτει προσφορά προς το τέλος με την ελπίδα να θέσει τους αντιπάλους του εκτός διαγωνισμού. Όπως ακριβώς συμβαίνει και στο ροκέρ. Πλησιάζουμε στο τελευταίο πεντάλεπτο, όπου αρχίζει πλέον να γίνεται μάχη. Κάθε 10 με 15 δευτερόλεπτα υποβάλλεται και νέα προσφορά. Ένα ηχητικό καμπανάκι αυξάνει την ένταση. Όπως αναμενόταν, η δημοπρασία παίρνει παράταση. Οι προσφορές πέφτουν με καταγιστική ρυθμό και η μία τρίλεπτη παράταση ακολουθεί την άλλη.

11:42. Δύο πλέον προμηθευτές έχουν απο-



Θανάσης Πετμεζάς, General Manager

Σταμάτης Ντάκος, Sales Director

ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΕΣ

κάθε Οικονομικού Διευθυντή

μείνει, συνεχίζοντας τη «μάχη». Η εμπειρία δείχνει πως πραγματοποιούνται 30 κτηρήματα ανά δημοπρασία, ενώ η μέση μείωση που επιτυγχάνει ο πελάτης είναι της τάξεως του 22%. Έχει ολοκληρωθεί πάνω από μία ώρα δημοπρασίας. Εξ άτομα στο help desk παρέχουν ανά πάσα στιγμή υποστήριξη στους συμμετέχοντες σε περίπτωση που κάτι δεν πάει καλά ή γίνει λάθος. Επειτα από μία ώρα και 15 λεπτά ολοκληρώνεται η διαδικασία. Ο πελάτης έχει κερδίσει συνολική έκπτωση 23%! Επίσης, έχει κερδίσει σημαντικό χρόνο και ενέργεια από τον παραδοσιακό τύπο προμήθειας. Ο προμηθευτής συμμετέχει για πρώτη φορά και κερδίζει ένα νέο πελάτη. Τα πάντα έχουν γίνει κάτω από μία ομπρέλα πλήρους διαφάνειας, αμεσότητας και ταχύτητας που η αλήθεια είναι ότι δεν συντηθίζεται στις παραδοσιακές διαδικασίες προμηθειών με κλειστούς φακέλους.

Ο **Θανάσης Πετμεζάς**, General Manager, ο **Σταμάτης Ντάκος**, Sales Director και η **Ιωάννα Ρασσιά**, Sales Executive της cosmoONE μιλούν στο CFO agenda για το όραμα και τους στόχους της εταιρείας, εξηγώντας παράλληλα γιατί οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες προμηθειών μπορούν να αποδειχθούν στρατηγικό εργαλείο κάθε επιχειρήσης.

CFO agenda: Ποια είναι η ιστορική διαδρομή της εταιρείας;

Θανάσης Πετμεζάς: Η εταιρεία ιδρύθηκε το 2000 με μετόχους την COSMOTE κατά 80% και τη Διπνεκής Πληροφορική κατά 20%. Μέσα σε λίγους μήνες, το 80% της COSMOTE μετατράπηκε σε 40% της COSMOTE και 40% του ΟΤΕ. Ο λόγος ίδρυσης της εταιρείας ήταν η δημιουργία μίας θυγατρικής, η οποία θα εξυπηρετούσε τις μειώσεις κόστους των προμηθειών του Ομίλου ΟΤΕ. Παράλληλα, είχε σαν δεύτερο στόχο την επέκτασή της στην αγορά. Γι' αυτό ακριβώς το λόγο, στις αρχές του 2001, προστέθηκαν δύο νέοι μέτοχοι, η Εθνική Τράπεζα και η Alpha Bank. Αρχικά, η εταιρεία ξεκίνησε να παρέχει υπηρεσίες ηλεκτρονικών δημοπρασιών και υπηρεσίες ηλεκτρονικών προμηθειών (e-procurement) προς τον Όμιλο ΟΤΕ καθώς και προς τις δύο τράπεζες. Σύντομα απέκτησε νέους πελάτες -κυρίως από τον τραπεζικό χώρο- και ταυτόχρονα διέυρυνε και επέκτεινε την γκάμα των υπηρεσιών της. Αυτή τη στιγμή, έπειτα από οκτώ χρόνια λειτουργίας, η εταιρεία παρέχει πέντε βασικές διακριτές υπηρεσίες και τρεις συμπληρωματικές στην εφοδιαστική αλυσίδα. Οι βασικές είναι οι 1) ηλεκτρονικοί διαγωνισμοί και υπηρεσίες sourcing (αναζήτηση προϊόντων και προμηθευτών), καθώς και διαγω-

«ΓΙΑ ΤΟΝ ΓΕΝΙΚΟ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ ΤΟ e-AUCTION, ΕΙΝΑΙ ΕΝΑ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΓΙΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ, ΟΠΩΣ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΑ ΤΟ CRM ΓΙΑ ΤΟΝ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ»



Ο Θανάσης Πετμεζάς με την Ιωάννα Ρασσιά, Sales Executive της CosmoONE

«ΔΕΝ ΥΠΟΚΑΘΙΣΤΟΥΜΕ ΚΑΝΕΝΑ, ΔΟΥΛΕΥΟΥΜΕ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΑ.

ΟΙ ΔΙΕΥΘΥΝΤΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ ΔΕΝ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΦΟΒΟΥΝΤΑΙ ΤΗ ΔΗΜΟΠΡΑΣΙΑ, ΑΛΛΑ ΝΑ ΤΗΝ ΕΠΙΔΙΩΚΟΥΝ»

νισμοί RFI (Request for Interest), RFP (Request for Proposal) και RFQ (Request for Quotation) με την υπηρεσία compareONE, 2) ηλεκτρονικές διαπραγματεύσεις που πραγματοποιούνται μέσω της υπηρεσίας ηλεκτρονικών δημοπρασιών auctionONE, 3) υπηρεσίες procureONE για ηλεκτρονικές παραγγελίες με ηλεκτρονική εγκριτική ροή διαδικασιών, 4) υπηρεσία connectONE για την ηλεκτρονική μεταφορά στοιχείων παραστατικών και τιμολογίων και 5) analyzeONE, μια υπηρεσία Business Intelligence πάνω σε δεδομένα ηλεκτρονικών αγορών είτε δημοπρασιών είτε παραγγελιών είτε πωλήσεων.

Ποια είναι η εικόνα της cosmoONE σήμερα;

Σταμάτης Ντάκος: Σήμερα η cosmoONE είναι η μοναδική ελληνική εταιρεία με αποκλειστικό αντικείμενο τις ηλεκτρονικές προμήθειες B2B. Έχει απaráμιλλη τεχνογνωσία και τεχνολογία, γεγονός που αποδεικνύεται όχι μόνο από τις ποιοτικές υπηρεσίες προς τους πελάτες της, αλλά και από τις συνεργασίες της με ακαδημαϊκά ιδρύματα της Ελλάδας και του εξωτερικού και από τα δημόσια και ερευνητικά έργα στα οποία συμμετέχει. Εξακολουθεί να επιτελεί τον σκοπό για τον οποίο ιδρύθηκε, ήτοι να παρέχει υπηρεσίες στις εταιρείες του Ομίλου ΟΤΕ με έμφαση σε ΟΤΕ, COSMOTE και ROMTELECOM, αλλά και προς την υπόλοιπη αγορά. Σημαντικοί πελάτες μας είναι ακόμη οι μεγαλύτεροι τραπεζικοί οργανισμοί, με την Alpha Bank να ξεχωρίζει σε αριθμό, όγκο και ποικιλία δημοπρασιών. Έχουμε ακόμη συνεργαστεί με μεγάλες ελληνικές εταιρείες από τον τομέα των Μεταφορών, όπως το ΑΤΤΙΚΟ ΜΕΤΡΟ και τα ΕΛΤΑ, βιομηχανικές και εμπορικές εταιρείες, όπως η Coca Cola και η Frigoglass, και ασφαλιστικές όπως η Alice και η INTERAMERICAN, εταιρείες από το χώρο της Υγείας, των Ξενοδοχείων, κ.λπ. Η cosmoONE έχει δραστηριοποιηθεί με μεγάλη επιτυχία και εκτός Ελλάδας, στη Ρουμανία και στη Σερβία, ενώ στοχεύουμε άμεσα και σε περαιτέρω επέκταση μέσω του Ομίλου ΟΤΕ στα Βαλκάνια.

Ποιοι είναι οι επόμενοι κλάδοι που θα απασχολήσουν οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες;

Θ. Πετμεζάς: Νομίζω ότι κάθε κλάδος έχει ενδιάφέρον και προοπτικές για ηλεκτρονικές δημοπρασίες γιατί, ως πριν ξεκινήσαμε, ότι τα ποσά που εξοικονομούνται από τις ηλεκτρονικές δημοπρασίες, προσμετρούνται απ' ευθείας στην κερδοφορία. Όμως, η μεγαλύτερη πρόκληση θεωρώ ότι είναι ο Δημόσιος Τομέας. Εδώ τα μεγέθη είναι μεγάλα και τα δυνητικά οφέλη ακόμη μεγαλύτερα. Το Νομικό Πλαίσιο για δημόσιες ηλεκτρονικές προμήθειες υπάρχει -επιτέλους- από το 2007, οι ανάγκες για μείωση του κόστους και διαφάνεια στις δημόσιες προμήθειες είναι γνωστές, επόμενα περιμένουμε την εφαρμογή τους.

Τα καλά νέα είναι ότι το Υπ. Υγείας και συγκεκριμένα η Επιτροπή Προμηθειών Υγείας (ΕΠΥ) μάς έχει αναθέσει τη διενέργεια της πρώτης δημοπρασίας για ιατρικά γάντια, σημαντικής αξίας - μεγαλύτερης του ενός (1) εκατομμυρίου ευρώ. Αυτό θα είναι και το breakthrough στο κομμάτι του δημοσίου σε ότι αφορά ηλεκτρονικές προμήθειες, γιατί ο διαγωνισμός για το Εθνικό Σύστημα Δημόσιων Ηλεκτρονικών Προμηθειών μετά από τρία χρόνια δε φαίνεται να καταλήγει, ή ακόμη και εάν καταλήξει θα χρειαστούν δύο επιπλέον χρόνια για να εφαρμοστεί. Να σημειώσω επίσης, ότι θα είναι η πρώτη φορά που το Δημόσιο θα δώσει outsource μία υπηρεσία προμηθειών, και αυτό κάνει την απόφαση του Υπ. Υγείας ακόμα πιο σημαντική. Διότι για να διεξαχθεί μία ηλεκτρονική δημοπρασία δεν απαιτείται επένδυση από πλευράς Δημοσίου ή των προμηθευτών, αλλά μόνο σύνδεση στο Internet (ευρυζωνικές υπηρεσίες που θα έλεγε ένας άλλος Υπουργός!). Ελπίζουμε αυτή η δημοπρασία να βρει μιμητές και από άλλα υπουργεία αλλά και από τον ευρύτερο δημόσιο τομέα.

Ποια είναι τα οφέλη μιας επιχείρησης από τις ηλεκτρονικές δημοπρασίες;

Ιωάννα Ρασσιά: Μιλώντας συγκεκριμένα για ηλεκτρονικές δημοπρασίες, αυτό που κερδίζει ο πελάτης είναι μία αυξημένη διαπραγματευτική ικανότητα, η οποία έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση κόστους αγοράς. Ένα δεύτερο πλεονέκτημα είναι η απόλυτη διαφάνεια στην ανάδειξη του μειοδότη και τρίτο η εξοικονόμηση διαδικαστικού κόστους και χρόνου. Αντίστοιχα, κερδίζει και ο προμηθευτής σε διαφάνεια, διαδικαστικό κόστος και έλεγχο του περιθωρίου κέρδους του. Έχουμε πραγματοποιήσει δημοπρασίες για πάρα πολλά πράγματα, όπως για παράδειγμα ακίνητα, αυτοκίνητα, είδη τροφίμων, τηλεπικοινωνιακό εξοπλισμό, κατασκευές, είδη γραφείου, ένδυση, καλώδια, υπηρεσίες μεταφορών, courriers, ηλεκτρονικούς υπολογιστές, υλικά δικτύων, ασφάλειες, πολλά είδη υπηρεσιών κ.α. Πρακτικά μία επιχείρηση μπορεί να δημοπρατήσει οτιδήποτε, αρκεί να είναι μετρήσιμο. Οι δημοπρασίες όμως δεν είναι πανάκεια. Είναι ένα εργαλείο που βοηθάει τον εκάστοτε Οικονομικό Διευθυντή και Διευθυντή Προμηθειών να αυξήσει τη διαπραγματευτική του ισχύ. Πώς; Εμπλέκοντας τους προμηθευτές σε μια διαδικασία διαπραγμάτευσης μεταξύ τους. Στατιστικά σε κάθε δημοπρασία η τιμή χαμηλώνει τριάντα περίπου φορές, αριθμός που σημαίνει ότι με ένα μέσο βήμα της τάξεως του 0,5%-1%, επιτυγχάνεται μία κατ' αρχής άμεση μείωση της τιμής κατά 15% - 20%! Είμαστε επίσης οι μοναδικοί στην αγορά που προσφέρουμε τη δυνατότητα διεξαγωγής δημοπρασιών με στόχο όχι την χαμηλότερη τιμή, αλλά την πλέον συμφέρουσα προσφορά, χρησιμοποιώντας το μαθηματικό τύπο

ΚΩΣΤΑΣ ΒΑΓΙΑΣ, INTERAMERICAN

Ο Κώστας Βάγιας, Υποδιευθυντής Περιουσίας της INTERAMERICAN, περιγράφει την εμπειρία και τα οφέλη της εταιρείας από την ηλεκτρονική δημοπρασία προμηθειών.

CFO agenda: Ποιοι ήταν οι λόγοι για τους οποίους επιλέξατε να πραγματοποιήσετε μία ηλεκτρονική δημοπρασία προμηθειών;

Κώστας Βάγιας: Η επιλογή της ηλεκτρονικής δημοπρασίας, ως μέσο για την διαπραγμάτευση των τιμών μεταξύ των προμηθευτών, έγινε για τους εξής λόγους:

- Διαφάνειας.
- Ελαχιστοποίησης της γραφειοκρατικής διαδικασίας (κλειστοί φάκελοι, mail, συναντήσεις, επιτροπή αγορών, επαναδιαπραγμάτευση κ.λπ.).
- Επίτευξης καλύτερων τιμών καθώς η ψυχολογία των προμηθευτών είναι να χαμηλώσουν όσο γίνεται περισσότερο την τιμή, αφού οι τιμές των ανταγωνιστών αναγράφονται στην οθόνη, σε κάθε «χτύπημα».
- Να διαπιστώσουμε ως τιμή προμηθειών, αν οι τιμές που είχαμε ήδη διαπραγματευτεί ήταν ανταγωνιστικές σε σχέση με αυτές της δημοπρασίας.

Ποια ήταν τα αποτελέσματα της δημοπρασίας και ποιες ήταν οι δικές σας εντυπώσεις;

Τα αποτελέσματα της δημοπρασίας έδειξαν τα εξής:

- Θρίαμβος στην τιμή του χαρτιού (φωτοτυπικού)
- Στη διαπραγμάτευση της γραφικής ύλης, είχαμε καλύτερο αποτέλεσμα ως τμήμα, από τη δημοπρασία, καθώς οι τελικές τιμές ήταν υψηλότερες από αυτές που είχαμε πετύχει. Όμως σε αυτό φταίει ο χειρισμός από πλευράς μας καθώς διαπραγματευτήκαμε με καλάθι αγορών και όχι ανά είδος ξεχωριστά.
- Οτι θα μπορούσαμε να προχωρήσουμε σε δημοπρασία και άλλων ειδών ή υπηρεσιών που κατά τη γνώμη μου θα αποτελούσε απόλυτη επιτυχία (courier, καθαρισμός)
- Ήταν η πρώτη φορά που προχωρήσαμε σε ηλεκτρονική δημοπρασία και μπορώ να πω με ιδιαίτερα καλές εντυπώσεις για την όλη διαδικασία.

Αντιμετωπίσατε προβλήματα κατά τη διάρκεια της διαδικασίας; Τι θα συμβουλευάτε τους συναδέλφους σας σε άλλες εταιρείες για το e-procurement;

Κατά τη διάρκεια της διαδικασίας όχι, καθώς ήταν άψογα οργανωμένο, ωστόσο υπήρχε μία σχετική διαδικασία συλλογής στοιχείων απαραίτητων για τη δημοπρασία, που καθυστέρησε αρκετά το όλο εγχείρημα. Η συμβουλή που θα έδινα σε συναδέλφους για το e-auction είναι πως θα πρέπει να έχουν δικές τους συγκριτικές τιμές, ώστε να είναι εφικτή η σύγκριση των αποτελεσμάτων της διαδικασίας. Ανεπιφύλακτα συστήνω τη διαδικασία καθώς μόνο όφελος μπορεί να επιφέρει.

του δημοσίου. Επομένως, as μη συνδέουμε πάντα τις δημοπρασίες με κριτήρια χαμηλότερης τιμής, και ούτε μόνο με προϊόντα, διότι είναι κατάλληλη και για υπηρεσίες και για έργα.

Υπάρχει ένα σταθερό μοντέλο πάνω στο οποίο γίνονται οι δημοπρασίες ή υπάρχουν και customized λύσεις;

Στ. Ντάκος: Οι δημοπρασίες βασίζονται σε λογισμικό γνωστής εταιρείας του εξωτερικού. Ωστόσο, το 2004 αγοράσαμε δικαιώματα πάνω στον κώδικα, και σήμερα μπορούμε όχι μόνο να παραμετροποιούμε τον source κώδικα και να υλοποιούμε οποιοδήποτε μοντέλο θέλει ο πελάτης, αλλά να εξελίσσουμε και το ίδιο το λογισμικό. Η υπηρεσία των δημοπρασιών υποστηρίζει όλους τους γνωστούς -και μη- τύπους B2B δημοπρασιών (English, Yankee, Sealed Bid, Japanese, MultiVariable, κ.λπ.).

Ποια ήταν τα προβλήματα και οι δυσκολίες που αντιμετωπίσατε στην προσπάθεια εκπαίδευσης των ελληνικών επιχειρήσεων στις ηλεκτρονικές δημοπρασίες;

Θ. Πετμεζάς: Οι δυσκολίες που αντιμετωπίσαμε αυτά τα εννέα χρόνια διέφεραν χρόνο με το χρόνο. Στη διετία 2001-2002, υπήρχε το πρόβλημα της διστακτικότητας, σαν κάτι νέο και πρωτοποριακό και κανείς δεν ήθελε να είναι ο πρώτος που θα το χρησιμοποιήσει. Ξεπεράστηκε όταν οι μέτοχοι μας αλλά και άλλες εταιρείες χρησιμοποίησαν την υπηρεσία και ανακοίνωσαν τα αποτελέσματα της μείωσης του κόστους τους. Κατόπιν, παρουσιάστηκε η ανασφάλεια του διαδικτύου. Και αυτή ξεπεράστηκε σχετικά εύκολα, αφού μεγάλοι οργανισμοί, όπως οι τράπεζες, πραγματοποιούσαν δημοπρασίες μαζί μας. Το κανονιστικό πρόβλημα και η αλλαγή της παραδοσιακής διαδικασίας ήταν ο επόμενος σκόπελος. Αλλά και σε αυτή την περίπτωση, η Ε.Ε. φρόντισε να ρυθμίσει το θέμα με κοινοτική οδηγία για σύναψη συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα που βρίσκεται σε ισχύ από το 2004. Τελευταία, αντιμετωπίζουμε το πρόβλημα του «καλού αποτελέσματος», με άλλα λόγια το φόβο που αισθάνονται τα στελέχη μπροστά στο καλύτερο αποτέλεσμα της δημοπρασίας από το αναμενόμενο! Ετσι, προσπαθούμε διαρκώς να περάσουμε το μήνυμα προς τους Διευθυντές Προμηθειών πως οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες είναι εργαλείο δικής τους επιτυχίας που θα ωφελήσει τους ίδιους και την εταιρεία τους. Οι Οικονομικοί Διευθυντές πρέπει να ενθαρρύνουν τους Διευθυντές Προμηθειών τους στη χρήση νέων τεχνολογιών και εργαλείων και να τους επιβραβεύουν για καλύτερα αποτελέσματα, όπως ακριβώς κάνουν με τους πωλητές. Η ηλεκτρονική δημοπρασία για το Διευθυντή Προμηθειών είναι ένα εργαλείο, όπως το CRM για το Διευθυντή Πωλήσεων, που τον βοηθά να

φέρει καλύτερα αποτελέσματα. Δεν υποκαθιστούμε κανένα, αλλά δουλεύουμε συμπληρωματικά και συνεργατικά. Οι Διευθυντές Προμηθειών δεν πρέπει να φοβούνται τη δημοπρασία, αλλά να την επιδιώκουν.

Είναι χρονοβόρα διαδικασία; Ποιες είναι οι προϋποθέσεις που μία επιχείρηση πρέπει να πληροί;

Ι. Ρασσιά: Ένας πελάτης πρέπει να υπολογίζει περίπου μία εβδομάδα σαν χρόνο που η cosmoONE χρειάζεται ώστε να συζητήσει μαζί του το κατάλληλο σενάριο, την παραμετροποίησή του, να ενημερώσει τους προμηθευτές που θα μας υποδείξει ο πελάτης, να τους εκπαιδεύσει (για μισή περίπου ώρα), να «τρέξει» μία δοκιμαστική δημοπρασία για να δουν ότι όλα βαίνουν καλώς και κατόπιν να προχωρήσει στην πραγματική δημοπρασία. Αν ο πελάτης έχει παρόμοια εμπειρία, θα έλεγα ότι πρακτικά χρειαζόμαστε δύο ημέρες, μία για τη δοκιμαστική και μία για την κανονική. Από πλευράς υποδομών, δεν απαιτείται τίποτα περισσότερο από ένα Η/Υ και σύνδεση στο Internet. Αν ο πελάτης δεν έχει ούτε Internet, το παρέχουμε εμείς και αυτό.

Αναλαμβάνετε τις δημοπρασίες μικρομεσαίων επιχειρήσεων;

Στ. Ντάκος: Οι δημοπρασίες αποδίδουν ούτως ή άλλως, ωστόσο εμφανίζεται πρόβλημα μειωμένου ενδιαφέροντος εκ μέρους των προμηθευτών για ανταγωνιστικές προσφορές όταν πρόκειται για δημοπρασίες χαμηλού προϋπολογισμού. Σε περιπτώσεις χαμηλότερες των 10.000 ευρώ, η cosmoONE διαθέτει ποικιλία εργαλείων όπως το sourcing και οι ηλεκτρονικές προσφορές που είναι περισσότερο κατάλληλα για αυτές τις διαδικασίες.

Προβλέπετε αλλαγές στο επιχειρηματικό σας μοντέλο τα επόμενα χρόνια;

Θ. Πετμεζάς: Επιχειρηματικά, όχι, δηλαδή θα παρέχουμε υπηρεσίες και θα χρεώνουμε με βάση το όφελος του πελάτη: δηλ. ένα μικρό ποσοστό από εκείνο το ποσό, που σε άλλη περίπτωση -χωρίς δημοπρασία- θα καταγραφόταν ολόκληρο στα έξοδά του. Να σημειώσουμε ότι μέχρι σήμερα έχουν εξοικονομηθεί μόνο από τις δημοπρασίες περισσότερα από 70 εκατ. ευρώ. Επιχειρησιακά θεωρώ, ότι και με την Deutsche Telecom, οι υπηρεσίες της εταιρείας θα συνεχίσουν να αποτελούν εργαλείο μείωσης κόστους και να λειτουργούν σαν ένα κοινό σημείο αναφοράς του Ομίλου για Ηλεκτρονικές Προμήθειες. Για αυτό το λόγο, προσπαθούμε να προσφέρουμε υπηρεσίες end-to-end και να αναλαμβάνουμε το δύσκολο ρόλο της υποστήριξης και των εξωτερικών συνεργατών των εταιρειών του Ομίλου. ☛