Na motywach satysfakcji

data aktualizacji: 2021.04.28

Michael Saitow od 19 lat stoi na czele firmy Saitow AG, do której należy platforma Tyre24

Uczestnictwo w handlu internetowym będzie w mniejszym stopniu kwestią „czy?", a pytaniem – „jak?". Z pionierem digitalizacji na aftermarkecie i właścicielem platformy e-commerce typu B2B rozmawiamy o trendach, wobec których nie można przejść obojętnie.

- Komunikacja cyfrowa nabrała ogromnego rozpędu. Dotyczy to również korzystania z cyfrowych kanałów zakupów na aftermarkecie. Czy magazyn podręcznych części w warsztacie odejdzie w zapomnienie?
Michael Saitow, Tyre24: Pandemia koronawirusa zmieniła się z niezamierzonego testu warunków skrajnych w akcelerator digitalizacji w przemyśle motoryzacyjnym. Kupujący zauważyli, że platforma B2B zapewniła stabilność dostaw nawet w czasie kryzysu wywołanego Covid-19, w przeciwieństwie do lokalnych hurtowników, którzy tej stabilności zagwarantować nie byli w stanie.
Ponadto, z jednej strony warsztaty mają więcej czasu na zakup części, ponieważ muszą planować terminy z jeszcze większym wyprzedzeniem. Z drugiej strony motywacja do kupowania po najlepszej możliwej cenie może być w czasach pandemii jeszcze wyraźniejsza niż zwykle. W tym przypadku kompromis pomiędzy „tradycyjną dostawą tego samego dnia po wyższej cenie a dostawą następnego dnia poprzez zakupy online" nabiera nowej dynamiki. Sprzedawcy odkryli podczas pandemii, że muszą oderwać się od starych struktur i zrobić coś, aby utrzymać biznes na stabilnym poziomie. Przedsiębiorstwa działające w danym regionie mają ograniczone możliwości pozyskiwania nowych klientów i wchodzenia na rynki. Szczególnie klasyczne lokalne sektory biznesowe, takie jak dostawcy akcesoriów i części samochodowych, charakteryzują się często długoletnimi strukturami ze stałymi dostawcami z okolicy, którzy w razie konieczności mogą szybko dostarczyć potrzebne części,

ponieważ niewiele warsztatów może sobie dziś pozwolić na własny obszerny magazyn.

- Czyżby bliskość siedzib firm nie miała już mieć takiego znaczenia dla ekonomiki dostaw?
Tradycyjne podejście wyrosło na silnym poczuciu zaufania do dostawcy. Przy takiej strukturze sprzedaży nie można jednak oczekiwać dalszego silnego wzrostu. Potrzebne są rozsądne i niskoinwestycyjne alternatywy dla kosztownych wdrożeń e-commerce i ekspansji offline. Jedną z możliwości dla producentów i sprzedawców zorientowanych na B2B są internetowe platformy B2B, takie jak Tyre24.
Jak przejawia się zmiana sposobu myślenia wśród kupujących i sprzedających? Zakupy online to jedna z najłatwiejszych do pokonania przeszkód w digitalizacji małych i średnich firm! Części zamienne do samochodów są przecież największą pozycją po stronie zaopatrzenia dla każdego warsztatu samochodowego i dlatego stanowią największy potencjał oszczędnościowy, jeśli tylko uwzględni się alternatywne źródła zaopatrzenia. W przypadku zakupów przez internet, zwłaszcza na platformach i targowiskach, z punktu widzenia kupującego istnieją zazwyczaj trzy podstawowe motywy: realizacja zakupów produktów po obniżonych cenach, korzystanie z szerszych możliwości wyboru produktów oraz odkrywanie nowych źródeł zakupów.

- „Kupuję w najkorzystniejszej cenie" jest oczywistym bodźcem, więc co dalej?
Motywacja pierwsza, wynikająca z pokusy oszczędności, jest niewątpliwie możliwa na portalu takim jak Tyre24. Prawie wszyscy producenci są reprezentowani na platformie, więc wybór artykułów jest szeroki. W procesie zamawiania punktowana jest również rozbudowana prezentacja ofert, z których kupujący mogą wybierać. Wysokie oszczędności na zakupach wynikają przede wszystkim z jednolitych cen netto pomniejszonych o klasyczne koszty ogólne. Cen dostępnych dla każdego klienta Tyre24. Motywacja druga, czyli możliwość wyboru z jak najszerszej oferty, również wydaje się zyskiwać na znaczeniu. Tu dygresja. W dalszym ciągu obserwujemy duże zainteresowanie markami premium o ugruntowanej pozycji na rynku, ale zauważamy również zwiększony popyt na marki dostępne tylko w internecie, które zajmują równorzędną pozycję na „wirtualnej półce". Motywacja trzecia jest też typowym zjawiskiem rynkowym. Z nieskrywaną satysfakcją wspomnę tu, że to dzięki Tyre24 nieznani dostawcy mogą nagle dotrzeć do wielu nowych klientów! To sprzężenie zwrotne, skoro klienci zyskują więcej alternatywnych źródeł zaopatrzenia. W czasach bez precedensu w gospodarce jesteśmy świadkami niewyobrażalnych zmian. Mając na uwadze owe motywacje, klient zawsze będzie dyktował, jak i gdzie dokonywać zakupów.

- Niejeden uzna, że zakupy online to nadal „tylko" uzupełnienie klasycznego offline'owego zaopatrzenia w części w środowisku B2B. Core-biznes Pana firmy to cyfrowe kojarzenie oferentów z warsztatami samochodowymi, wulkanizatorami, salonami sprzedaży. Czy platforma e-commerce typu B2B była w stanie przekroczyć najśmielsze oczekiwania w sektorze opon i samochodowych części zamiennych w 2020 roku?
Ostatni rok był dla nas jak przejażdżka kolejką górską. Przed lutym mieliśmy bardzo ambitne plany na 2020 r. W pierwszych kilku miesiącach bezpośrednio po pojawieniu się koronawirusa myśleliśmy – podobnie jak wielu innych – że nastąpi koniec świata. Następnie, w okolicach Wielkanocy, sprzedaż wróciła do poziomów, na które liczyliśmy. Błędem byłoby powiedzieć, że wyszliśmy z kryzysu związanego z pandemią koronawirusa jako zwycięzcy, ale możemy stwierdzić, że nie ucierpieliśmy. Nic też w Polsce nie straciliśmy. Mój osobisty wniosek jest taki: rynek przechodzi poważne zmiany, trudności z zaopatrzeniem się w lokalnych hurtowniach w czasach lockdownu wzmogły poszukiwanie alternatywnego źródła. Dotyczy to opon, a w jeszcze większym stopniu części zamiennych.
W Europie były rynki, na których potroiliśmy sprzedaż części zamiennych w porównaniu z rokiem 2019. Widzimy duży potencjał w częściach zamiennych. Nie jest to sektor sezonowy, a przejrzystość jest jeszcze bardziej interesująca, ponieważ marże i różnice cenowe są o wiele, wiele wyższe. Skutki lockdownu i wychłodzenia gospodarki, gdy chcieć porównać sytuację w sektorze automotive aftermarket, tj. Tyre24 i Polska vs inne kraje? Również w Niemczech zarejestrowano w ubiegłym

roku o 20% mniej nowych samochodów. Z powodu kryzysu pandemicznego konsumenci z niepewności odłożyli planowane zakupy nowych samochodów i zamiast tego przeznaczyli pieniądze na naprawę już posiadanych. W rezultacie większość warsztatów samochodowych utrzymała swoje obroty lub nawet odnotowała ich wzrost.
Owszem, wymiana opon była odkładana tak długo jak to możliwe, ale nie udało się zaoszczędzić na naprawach. Zauważono, że mobilność jest dla ludzi bardzo ważna. Według informacji z niemieckich warsztatów samochodowych wzrosła również liczba kosztownych napraw, ponieważ ludzie chcieli dłużej jeździć swoimi starymi pojazdami.

- Jak motywacja zakupów w najkorzystniejszych cenach wpłynęła na oferujących swoje produkty na Tyre24?
W przypadku wielu naszych dostawców z sektora części zamiennych koronawirus doprowadził w ubiegłym roku do rekordowej sprzedaży. Kluczowym czynnikiem był tu korzystny splot okoliczności: kiedy regionalni dostawcy przestawili się na krótki czas pracy i zredukowali do minimum trasy zaopatrzenia warsztatów, właściciele serwisów mieli z kolei wolne moce przerobowe, aby przestawić się w zakresie zaopatrzenia w części i poszukiwać w internecie nowych dostawców. W ten sposób wielu właścicieli odkryło, że na platformach B2B, takich jak Tyre24, części zamienne nawet z ekspresową dostawą oferują przewagę cenową nad lokalnymi dealerami.

- Kogo najbardziej przekona Tyre24?
Naszych klientów możemy podzielić na trzy główne kategorie: dealerzy opon, dealerzy samochodowi i niezależne warsztaty. W 2020 r. koszyk zakupowy opon w Polsce składał się średnio z 2,9 pozycji. Średnia wartość zakupu opon na jedno zamówienie w ubiegłym roku wahała się od 190 euro w miesiącach letnich, do 250 euro w miesiącach zimowych. Widzimy duży potencjał w częściach zamiennych do samochodów. Jak wspomniałem, nie tylko dlatego, że nie jest to sektor sezonowy. Umożliwiamy kupującym na platformie uzyskanie konkurencyjnych cen zakupu, wysokiej jakości marki i wiarygodnych dostawców. Warsztaty mają dostęp do asortymentu online obejmującego ponad 16 milionów ofert w zakresie samochodowych części zamiennych. Jest to możliwe dzięki ogólnoeuropejskiej sieci dostawców. Dzięki zebraniu różnych dostawców na portalu portfolio jest szersze, niż mogłoby być utrzymywane przez regionalną hurtownię części. Wynikająca z tego konkurencja o przychylność klienta na platformie znajduje swoje odzwierciedlenie również w cenach sprzedaży. Ponieważ Tyre24 nie oferuje żadnych tabel cenowych, zniżek dla poszczególnych klientów, bonów premiowych itp., klienci komercyjni mogą korzystać z najatrakcyjniejszych warunków już od pierwszego euro wartości zamówienia.

- Skoro logicznym następstwem jest stopniowe rozszerzanie dobrze funkcjonującej platformy o części zamienne i eksploatacyjne, to jaki komunikat chcielibyście przekazać fachowcom z branży aftermarket w Polsce? Czego mogą się spodziewać już dziś, a co będzie kolejnym krokiem?
Na rok 2021 mamy w programie różne tematy związane z naszą podstawową działalnością na motoryzacyjnym rynku wtórnym. Oprócz wzmocnienia pozycji w kluczowym segmencie oponiarskim w Niemczech, chcemy jeszcze bardziej przyspieszyć wzrost na rynkach zagranicznych, takich jak Francja, Włochy i Austria. W tym celu stawiamy na Holandię i Belgię lub... Polskę jako „rynki źródłowe” dla opon i części zamiennych. Decydującym czynnikiem będzie dla nas również to, jak rozwinie się sytuacja związana z Covid-19 w tych krajach. Chcemy rozwijać działalność w zakresie części zamiennych do samochodów. Obejmuje to wprowadzenie nowych funkcji platformy, takich jak międzyportalowy koszyk zakupów. Musimy również zmierzyć się z coraz intensywniejszym zapotrzebowaniem na kolejne usługi e-commerce, takie jak fulfilment czy market intelligence. Spodziewam się, że planowane inicjatywy pozwolą nam nie tylko na dalszą aktywizację dotychczasowych klientów Tyre24 jako kupujących, ale także na przyciągnięcie do naszego portalu nowych klientów. Jestem przekonany, że możemy zaoferować bardzo atrakcyjne środowisko dla

graczy z rynku i być interesującym partnerem w sprzedaży cyfrowej.
To pewne, że w nadchodzącym roku e- -commerce na rynku wtórnym będzie nadal szybko się rozwijał i wywierał presję na graczy offline. Jak to już ma miejsce w środowisku handlu B2C, uczestnictwo w handlu internetowym będzie w mniejszym stopniu kwestią „czy?”, a pytaniem: „jak?”.

- Kto jeszcze pasuje do Tyre24 jako dostawca? O kolejnych z Polski słów więcej proszę.
Po debiucie Master-Sport są kolejni, np. firma Arcom – lider rynku w produkcji systemów magazynowych i transportowych. Prowadzimy obecnie ekscytujące rozmowy w Polsce. Zasadniczo wszyscy dostawcy z motoryzacyjnego rynku wtórnego, którzy dostrzegają możliwości oferowane przez platformę B2B i chcą z nich skorzystać, dobrze pasują do Tyre24. Oferujemy dostawcom, niezależnie od tego, czy chodzi o opony, felgi, części czy akcesoria, możliwość rozwoju w całej Europie i dotarcia do 40 000 kupców komercyjnych, którzy z reguły codziennie korzystają z Tyre24 jako źródła zakupów. Co więcej, od stycznia 2021 r. platforma B2B Tyre24 oferuje swoim nabywcom komercyjnym w Polsce nową funkcję ratingową dla zamówień. Naszym odbiorcom komercyjnym oferujemy nową funkcję oceny zamówień. Po każdym zamówieniu artykułu, niezależnie od tego, czy chodzi o opony, felgi, części zamienne, kupujący mogą ocenić zamówienie i w ten sposób zapewnić przejrzystą i szczegółową informację zwrotną dla wszystkich pozostałych. Dzięki nowej funkcji oceniania Tyre24 zapewnia wysoką jakość usług świadczonych przez dostawców.
Przewagą Tyre24 jest doświadczenie z pierwszej ręki. Kupujący mogą wyrazić swoje osobiste doświadczenia dotyczące konkretnego zamówienia za pomocą pięciogwiazdkowego systemu ratingowego. Kryteria oceny obejmują „szybkość realizacji zamówienia”, „otrzymanie faktury”, „komunikację ze sprzedawcą” i „jakość towaru”. Pięć gwiazdek to ocena najlepsza, jedna gwiazdka – najgorsza. Można również zostawić komentarz. Sprzedawcy opon, warsztaty i salony samochodowe mają zatem możliwość wystawienia na platformie B2B nie tylko oceny, ale również udzielenia krótkiego wyjaśnienia. Dlaczego to tak istotna funkcjonalność? Nowość w postaci szczegółowej oceny zamówienia jest bardzo dobrze odbierana przez klientów. To wartość dodana nie tylko dla kupujących, skoro daje nam szerszy kontekst dla oceny jakości dostawców.

Rozmawiał: Rafał Dobrowolski

Źródło: