

Ponad 10 milionów produktów - wywiad z managerem projektu PlatformaOpon.pl

data aktualizacji: 2023.03.30



Tomasz Jeziorek, dyrektor IT i marketingu z firmy Polskie Składy Oponiarskie.

Rozmawiamy z Tomaszem Jeziorkiem, managerem projektu PlatformaOpon.pl oraz dyrektorem IT i marketingu z firmy Polskie Składy Oponiarskie.

Na początek wyjaśnijmy może naszym czytelnikom, czym jest PlatformaOpon.pl i dla kogo jest przeznaczona?

PlatformaOpon.pl to największa platforma handlu B2B oponami w Polsce. Łączy podmioty z branży oponiarskiej, które posiadają produkty i chcą je sprzedać, z tymi, którzy tych produktów poszukują. Skupia wszystkich największych hurtowników i dystrybutorów w Polsce oraz kilku dużych zagranicznych dostawców.

PlatformaOpon.pl pozwala kupującym szybko i łatwo sprawdzić dostępność oraz cenę danej opony na terenie Polski, a następnie zamówić ją kilkoma kliknięciami. Od strony sprzedażowej platforma daje możliwość zaadresowania oferty do bardzo szerokiego grona potencjalnych klientów z branży w całej Polsce. Nie ma drugiego takiego medium, gdzie wystawiając produkty, docieramy od razu do 70% serwisów w Polsce.

Na Państwa platformie można znaleźć oferty blisko 500 dostawców z Polski i zagranicy. Czy poza oponami można jeszcze coś zamawiać?

Opony są zdecydowanie dominującym produktem na PlatformieOpon.pl. Muszę podkreślić, że są to

nie tylko opony osobowe, terenowe czy dostawcze, ale też opony przemysłowe, ciężarowe i rolnicze. Mamy również rozbudowaną ofertę opon do motocykli, skuterów i quadów. W ofercie PlatformyOpon.pl można także znaleźć pełną paletę rozmiarów i marek opon do samochodów elektrycznych, które są aktualnie najbardziej dynamicznie rozwijającą się kategorią. Poza oponami w sprzedaży mamy również felgi stalowe i aluminiowe oraz łańcuchy śniegowe, a także popularne dętki i ochraniacze. W przyszłości planujemy poszerzyć asortyment o kolejne kategorie produktowe. Wszystko jednak wciąż w ramach branży oponiarskiej.

Jakie benefity mają osoby użytkujące platformę i przede wszystkim, jakie koszty trzeba ponieść, aby korzystać z tego systemu?

Podstawowa korzyść to przegląd całego rynku oponiarskiego w Polsce. Często spotykamy się z opinią, że jeśli czegoś nie ma na PlatformieOpon.pl, to znaczy, że nie ma tego w Polsce. Dzięki PlatformieOpon.pl serwis jest więc w stanie dostarczyć klientom nie tylko najpopularniejsze opony, ale również te nietypowe.

A wszystko to w rozsądnym czasie i atrakcyjnej cenie, bez potrzeby „stockowania” się we wszelki możliwy asortyment rozmiarów i marek opon. Dodatkowo, tak jak wspominałem, każdy kupujący może też zostać sprzedawcą. Wystarczy, że spełni kilka prostych warunków, np. posiada możliwość wysyłki towaru za pobraniem czy zdolność do bieżącej aktualizacji oferty. W sytuacji nietrafionych zakupów czy potrzeby poprawienia płynności finansowej może to być najszybsza i najskuteczniejsza droga upłynnienia towaru z magazynu.

Jeśli chodzi o koszty, to każdy użytkownik otrzymuje pełny i bezpłatny dostęp na 30 dni. W tym czasie może przeglądać ofertę lub kupować produkty i samodzielnie przekonać się o korzyściach, jakie niesie ze sobą korzystanie z PlatformyOpon.pl.

Po 30 dniach użytkownik decyduje, czy nadal chce z niej korzystać. Jeśli tak, do wyboru ma dwie płatne opcje:

- BIZNESOWĄ w cenie 249 zł/rok (21 zł/miesiąc) – jest to opcja najkorzystniejsza cenowo, płatna z góry na rok;
- ELASTYCZNĄ w cenie 25 zł/miesiąc – jest to forma subskrypcji odnawialnej, płatnej co miesiąc (tak jak popularne serwisy streamingowe).

Jak widać, koszty nie są wysokie, biorąc pod uwagę, jak szerokie możliwości daje PlatformaOpon.pl. Na podstawie zamówień wyliczyliśmy, że opłata roczna zwraca się użytkownikowi średnio po 8 zakupach. Zatem w przypadku większości z nich w ciągu pierwszego miesiąca.

Rynek nie lubi próżni, podobne systemy już funkcjonują. Jednak diabeł tkwi w szczegółach, a to one właśnie powodują, że wolimy jedną rzecz od innej. Jak to jest u Was? Czym wyróżniacie się spośród podobnych platform?

Jako jedyna platforma tego typu skupiamy wszystkich największych dostawców w Polsce. Posiadamy też jedną z najbardziej rozbudowanych i stale aktualizowanych baz produktowych, co przekłada się na największą ofertę w Polsce. Co ważne, dostęp do naszej platformy mają wyłącznie firmy z branży. Każde rejestrujące się konto podlega weryfikacji i musi spełniać warunki działania w branży oponiarskiej bądź pokrewnej. Nasza platforma jest tworzona i rozwijana w bardzo bliskim kontakcie z użytkownikami. Uważnie wsłuchujemy się w ich głosy i staramy się wdrażać rozwiązania oraz usprawnienia, których potrzebują. Naszym celem od początku było stworzenie użytecznego i pomocnego narzędzia dla branży, z którego sami chcielibyśmy korzystać. To w połączeniu z

ogromnym zaangażowaniem zespołu powoduje, że jesteśmy liderem na rynku w Polsce.

Jakie są najmocniejsze strony Waszego portalu?

Przede wszystkim oferta. Tylko PlatformaOpon.pl posiada pełną ofertę hurtowni i dystrybutorów w Polsce. Oprócz tego prezentujemy stany magazynowe kilku największych dystrybutorów z Niemiec, Holandii i Czech. To wszystko przekłada się na najszerszą i najatrakcyjniejszą ofertę na rynku. W tym momencie w systemie prezentujemy ponad milion ofert, łącznie oferując ponad 10 mln produktów. Dodatkowo zawsze staraliśmy się być platformą innowacyjną i jako pierwsi wdrażać rozwiązania, których konkurencja nie posiadała. Przykładem może być nasza aplikacja, już od dawna jest ona dostosowana do urządzeń mobilnych, dzięki czemu produkty można zamawiać w każdym momencie ze swojego smartfona czy tabletu. Od samego początku posiadamy pełne API systemu, które umożliwia automatyzację i spięcie procesów z systemami użytkowników. Posiadamy system autointegracji produktów dla sprzedawców, tak aby mogli na bieżąco dbać o pełne pokrycie swojej oferty.

PlatformaOpon.pl ma również niezwykle rozbudowaną wyszukiwarkę ofert, która umożliwia filtrowanie produktów nie tylko po klasycznych parametrach, ale również np. po dacie produkcji, homologacjach czy etykietach.

Jako jedyni umożliwiamy przeglądanie listy wyników na dwa sposoby: tradycyjny, gdzie oferty są wymieszane, sortowane tylko po cenie; oraz z wynikami pogrupowanymi po produkcie, którą preferuje sporo użytkowników.

Czy są w planie jakieś elementy, które chcecie rozbudować czy może dopiero stworzyć?

Oczywiście! Właściwie powinienem o tym powiedzieć, odpowiadając na poprzednie pytanie, bo tym, co jeszcze nas wyróżnia na tle konkurencji, jest ciągły rozwój. Oprócz planowych zmian i pomysłów systematycznie pytamy naszych użytkowników poprzez ankiety i indywidualne wywiady o ich odczucia, potrzeby czy problemy, z jakimi się mierzą. W każdym roku wybieramy najczęściej wskazywane kwestie i staramy się znaleźć rozwiązanie w naszym systemie, które odpowiedziałoby na te wyzwania. Przykładowo niedawno wdrożyliśmy informacje i oznakowanie ofert, w których sprzedawca sprzedaje produkty tylko w parach lub kompletach. Zmniejszyło to zdecydowanie liczbę pomyłek. A nie wiedzielibyśmy o tym problemie, gdyby nie informacje od naszych użytkowników. W tym roku planujemy poświęcić więcej uwagi pozostałym kategoriom produktów, myślimy przede wszystkim o felgach, ale także o wprowadzeniu zupełnie nowych kategorii.

Zawsze na początku roku mamy pewne plany i pomysły. Jak to wygląda u Was?

W przypadku PlatformyOpon.pl proces tworzenia i rozwoju aplikacji jest ciągły, nie dzielimy tego na konkretne lata, jesteśmy zdefiniowani interwałami czasowymi wynikającymi z sezonowości branży. Trudno, abyśmy wdrażali duże zmiany czy aktualizacje systemu w trakcie sezonu sprzedażowego, mogłoby to przeszkadzać naszym użytkownikom w sprawnym działaniu, a tego byśmy nie chcieli. Stabilność działania i niezawodność to nasze priorytety. Fakt ten determinuje harmonogram działania, który wypracowaliśmy i sprawdza się od lat. Wygląda to tak, że największe zmiany wdrażamy zawsze w okresie wakacyjnym, są one wynikiem często kilkumiesięcznej czy rocznej pracy. W przerwie zimowej skupiamy się na porządkowaniu aplikacji, drobnych poprawkach optymalizujących działanie aplikacji czy pracach serwerowych. Przerwa zimowa to też ten moment, kiedy możemy porozmawiać z naszymi użytkownikami, aby poznać ich spojrzenie na naszą platformę, ale też ogólnie na sytuację w branży. To pozwala nam być zawsze blisko perspektywy użytkowników.

Dziękujemy za rozmowę.

Źródło: