



24/07/2019

Parla Alexander Kovalchuk di AsstrA-Associated Traffic

Le emozioni o le regole. Come vengono prese le decisioni nel settore B2B? Gli acquisti tramite le gare d'appalto possono proteggere dalle emozioni e far seguire le regole per la scelta di un partner logistico? Indaghiamo su questi argomenti con Alexander Kovalchuk, il responsabile della gestione delle gare d'appalto presso AsstrA-Associated Traffic AG.



Alexander Kovalchuk, responsabile della gestione delle gare d'appalto presso AsstrA-Associated Traffic AG

Alexander, nella società AsstrA viene utilizzata la procedura di una gara d'appalto? Kovalchuk: I clienti di gare d'appalto rappresentano oltre la metà delle vendite di AsstrA, perciò la partecipazione alle gare è una parte strategica del business. La preparazione e la partecipazione alle gare d'appalto è un processo in più fasi in cui sono coinvolti i dipendenti di reparti vendite, delle gare, operativi, finanziari, legali e IT.

A quali gare partecipa AsstrA? Kovalchuk: Prima di tutto, l'azienda si concentra sulle offerte dei clienti con i quali è già stata stabilita la collaborazione. Quindi, vengono attentamente elaborate le offerte dei potenziali clienti poiché si tratta di un ramo di vendita redditizio per l'espansione della base dei clienti della società. Un importante criterio di selezione è la geografia dei trasporti.

Con quali criteri i clienti scelgono i partecipanti alle gare e i vincitori? Kovalchuk: Il criterio principale è un prezzo competitivo e una garanzia del 100% di adempimento degli obblighi assunti. Dopo una selezione primaria a seconda del prezzo, l'organizzatore della gara stila una lista di finalisti, le cui proposte sono esaminate dettagliatamente dalla commissione di gara del Cliente. I proprietari di merci con esperienza capiscono che il 2% dei risparmi nel costo dei servizi di trasporto e di logistica non compensa la minaccia alla stabilità del business. I guasti nel processo del trasporto portano a un'interruzione delle catene di approvvigionamento stabilite e alla necessità di mantenere gli stock, e questi sono le spese ulteriori. Perciò, un'esperienza positiva con un'azienda è un ulteriore vantaggio.



Le emozioni positive si creano dalla qualità dei servizi offerti

Come aumentare il numero di gare vinte? Kovalchuk: È necessario avere le priorità: analizzare e studiare la documentazione, le condizioni, i requisiti e i criteri per valutare le proposte dei partecipanti in modo che l'offerta soddisfi al massimo le esigenze del cliente. L'azienda lavora sull'automazione del processo. I programmi per computer eseguono i calcoli complessi, mentre le persone si concentrano sulla ricerca delle soluzioni non standard. Ad esempio, prima di calcolare il prezzo dell'offerta, vengono calcolate le distanze dal carico allo scarico. Questo semplifica il lavoro del personale operativo e aiuta ad evitare gli errori. Il sistema sviluppato in AsstrA calcola automaticamente il budget con un errore fino al 10% per la logistica del cliente o di un nuovo progetto. È in fase di test un sistema IT aziendale che confronta le rotte di trasporto per i clienti aziendali. Vengono considerate la stagionalità e la quantità al fine di "costruire" i viaggi di andata e ritorno con un chilometraggio vuoto minimo. Questo ottimizza il lavoro del materiale rotabile, che consente di offrire ai Clienti dell'azienda i prezzi ragionevoli. Inoltre viene ridotto l'impatto negativo dei trasporti sull'ambiente.

Riassumiamo: le emozioni o le regole? Che cosa domina? Kovalchuk: La partecipazione ad una gara d'appalto richiede il rispetto rigoroso delle regole stabilite. La decisione finale del cliente è influenzata dalla somma di fattori, inclusi quelli soggettivi. AsstrA si impegna a fare in modo che la scelta dei Clienti a suo favore sia basata sia sulle regole sia sulle emozioni. Perché le emozioni positive si creano dalla qualità dei servizi.

AsstrA

asstraitalia@asstraitalia.com