

Nowa szansa czy zagrożenie dla rynku biuroserwisowego?

Z nowym rokiem na polskim rynku mamy nowego gracza – Mercateo. Zważywszy na jego niemieckie pochodzenie i kapitał może on znacznie wpłynąć na sposób funkcjonowania branży biuroserwisowej. O nowej platformie zaopatrzeniowej dla rynku biznesowego rozmawiamy z Gabrielą Kolarczyk, Country Managerem w Mercateo w Polsce.



Gabriela Kolarczyk

Papierniczy Świat: Zapewne zaskoczy a zarazem lekko poruszy firmy z naszej branży informacja o nowej sieci zaopatrującej biura, która pod koniec grudnia 2011 roku weszła na polski rynek. Czy sieci biuroserwisowe działającej w naszym kraju powinny się Was obawiać?

Gabriela Kolarczyk: Mercateo to platforma zaopatrzeniowa online dla klientów biznesowych. To internetowy „rynek”, gdzie klienci biznesowi znajdują różnorodne, korzystne oferty, a partnerzy handlowi nowy kanał sprzedaży. Nie jesteśmy więc konkurencją dla sieci biuroserwisowe, ponieważ nasza oferta jest otwarta na wszystkie podmioty. Współpracując z nami dystrybutorzy, handlowcy, czy też producenci zapewniają sobie dodatkowy potencjał rynkowy, również w przypadku istniejącego już własnego sklepu online. Dzięki temu ich produkty stają się częścią oferowanego różnorodnego asortymentu i tym samym otwierają sobie natychmiastowy dostęp do już istniejącego i stale rosnącego grona stałych klientów naszej firmy.

Z jakim asortymentem uderzacie do klienta biznesowego?

W firmie Mercateo klienci znajdują szeroki asortyment obejmujący różne kategorie produktów.

Mercateo zestawia w przejrzysty sposób poszczególne asortymenty wielu handlowców i producentów i oferuje je do sprzedaży. Niezależnie w jak wielu kategoriach produktów klienci szukają i kupują, wszystkie zamówienia są zbierane przez Mercateo, a towary są wysyłane przez poszczególnych partnerów handlowych bezpośrednio do klienta. Korzyścią dla kupującego jest zredukowanie administracyjnych czynności i kosztów, ponieważ klienci mają tylko jednego kredytora/dostawcę. A więc jedna platforma, jedna faktura, jeden partner kontaktowy.

Jeszcze nie oferujecie, ale o ile się orientujecie o czym poszerzycie także swoją ofertę o artykuły typowo biurowe: papier, artykuły piśmienne... Czy już wie Pani kiedy to nastąpi?

Każde poszerzenie asortymentu towarów, realizowane poprzez włączanie nowych dostawców, powoduje, że docieramy do coraz większej grupy zainteresowanych. Jest to bardzo korzystne dla naszych dostawców, gdyż asortyment wychodzący poza granice branżowe prowadzi do intensywnego pozyskiwania partnerów oraz do efektów synergicznych.

Kto jest Waszym dostawcą? Czy nasi rodzimi producenci/ importerzy także mogą nawiązać z Wami współpracę, czy też wszystko przechodzi przez centralę?

Jeżeli dostawcy są w stanie zagwarantować zdolność logistyczną i przekażą do dyspozycji firmy Mercateo elektroniczny katalog produktów w języku kraju, w którym chcą swój towar sprzedawać, to i oni mogą korzystać z tego potencjału rozwoju i wraz z Mercateo zdobywać nowe rynki. Jest to oferta, z której warto skorzystać i, co najważniejsze można w prosty sposób rozpocząć działalność na skalę międzynarodową. Producenci, niezależnie od tego, czy są naszymi dostawcami, mogą również wpływać na jednolity, przejrzysty i jakościowo wysokiej wartości opis swoich produktów, poprzez prezentowanie marki. Wszystko to jest bardzo ważne, aby sprostać oczekiwaniom naszych klientów.

Pochodzenie sieci jest niemieckie. Działacie jednak już właściwie w całej Europie. Gdzie obecnie jesteście?

Firma Mercateo rozpoczęła swoją działalność na niemieckim rynku już ponad 10 lat temu. Na chwilę obecną działa już w 12 krajach UE: Niemcy, Austria, Polska, Czechy, Słowacja, Węgry, Holandia, Francja, Włochy, Hiszpania, Irlandia, Wielka Brytania. I to na pewno jeszcze nie koniec.

Co skłoniło Mercateo do wejścia na polski rynek?

Polska to bardzo interesujący i dynamicznie rozwijający się rynek w centralnej Europie, to kraj z dużym potencjałem. To również wiele solidnych firm, z którymi chcemy nawiązać owocną współpracę.

Czym odróżnacie się od konkurencji na naszym rynku?

Sukces zdobywany w internecie jest zależny od przejrzystości portalu zakupów, fachowej prezentacji produktów oraz od nieskomplikowanej, szybkiej funkcji wyszukiwania. Za pomocą elektronicznego katalogu, dostawcy mogą poprzez Mercateo oferować swój kompletny asortyment, regularnie go aktualizować i rozszerzać. Łączna suma artykułów oferowanych do sprzedaży na poszczególnych platformach sięgnęła już 13 mln. Również niedługo poszerzy się asortyment prezentowany na polskiej platformie, będzie to na pewno branża biurowa, jak również produkty z kategorii Hardware/Software. Docelowo chcemy prezentować jak najbogatszą gamę produktów.

Gdzie mieści się główna siedziba firmy?

Siedziba firmy Mercateo Polska będzie mieścić się w Krakowie. Znam dobrze ten region Polski, ponieważ tutaj studiowałam i na pewno łatwiej będzie mi prowadzić firmę w środowisku, które jest mi dobrze znane.

Jako Country Manager Mercateo, jaki ma Pani cel?

Moim celem jest przenieść na polski grunt sprawdzone i dobrze funkcjonujące na zachodzie Europy usługi Mercateo. Koncepcja jest bardzo prosta, to nic innego jak typowe kontakty gospodarcze pomiędzy sprzedającym a kupującym, podażą i popytem, z tą różnicą, że to wszystko odbywa się na rynku, ale internetowym. Nowoczesne medium, wykorzystane do tego, aby oszczędzać czas i pieniądze.

Dziękuję za rozmowę

Rozmawiała Daria M. Kostera



www.mercateo.com.pl
www.mercateo.com