

PRZEGLĄD

www.przegladoponiarski.pl

Oponiarski

Ogólnopolskie czasopismo dla serwisów • Ukazuje się od 1999 roku

2/208
LUTY 2023

Cena 15 zł ISSN 1509 - 2364
Wydawnictwo Górzyński Sp. j.



Wysokie aspiracje Azji
str. 8-10



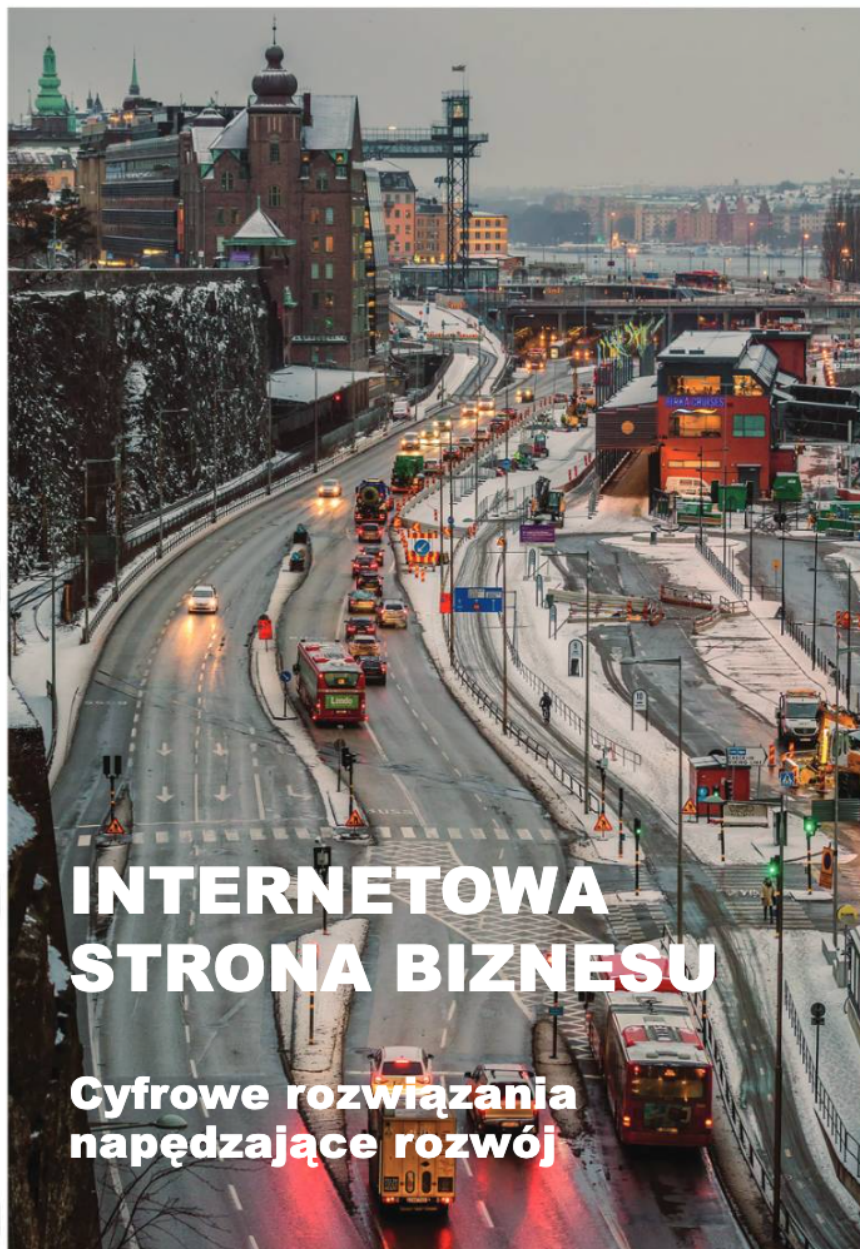
Nowoczesne narzędzia
str. 18-19



Błędy przy obsłudze opon
str. 21



Michael Saitow
o B2B w eCommerce
str. 30-31



INTERNETOWA STRONA BIZNESU

**Cyfrowe rozwiązania
napędzające rozwój**



Magazyn raz w miesiącu, codziennie PRZEGLĄD OPONIARSKI online!

Rozmowa Przeglądu

eCommerce rządzi handlem

Z **MICHAELEM SAITOWEM**, PREZESEM I WŁAŚCIELEMI PLATFORMY INTERENTOWEJ ALZURA TYRE24, ROZMAWIA SŁAWOMIR GÓRZYŃSKI

- Czym różni się handel internetowy od tradycyjnego. Ja mam takie wrażenie, że jest coraz bardziej odhumanizowany. Człowiek ma bowiem kontakt nie z drugim żywym człowiekiem a z jakąś informatyczną aplikacją.

- W porównaniu z innymi branżami, motoryzacyjny rynek wtórny nie należy do pionierów czy nawet motorów innowacji w świecie cyfrowym. Warsztaty i serwisy samochodowe to bardzo lokalne i mocno skomplikowane usługi, do których eCommerce od dawna próbuje się przebić. Chodzi tu głównie o relacje międzyludzkie, budowanie zaufania, dotrzymywanie terminów i wszelkiego rodzaju nieprzewidywalne zmienne, które algorytmem jest trudno objąć. Jednak dzięki istnieniu platform dostosowanych do rynku B2B, takich jak Alzura Tyre24, które udowodniły swoją wartość dodaną już w sektorze oponiarskim, zachowania zakupowe w branży motoryzacyjnej ulegają coraz większym zmianom. W mojej ocenie jest to również kwestia pokoleń. Coraz więcej osób odpowiedzialnych za zakupy w warsztacie to ludzie, którzy dorastali w dobie internetu i dla których internet jest na ogół codziennym źródłem informacji i zakupów. Tutaj zachowania użytkowników ze sfery prywatnej coraz częściej przenoszone są do środowiska biznesowego. Za tym przykładem idą między innymi działania Amazon Business. Ponadto klienci końcowi są coraz bardziej poinformowani i wyczuleni na szacunkowe ceny części, przez co popularne powiedzenie, że „zysk tkwi w zakupie” nabierze w przyszłości jeszcze większego znaczenia dla nabywców B2B. Zakładam zatem, że platformy B2B będą w przyszłości odgrywać znacznie większą rolę niż dotychczas, jako źródło zaopatrzenia w części zamienne do samochodów. Siłą napędową będzie połączenie ofert online dostosowanych do potrzeb klientów firmowych i ciągłej ewolucji użytkowników w sieci, zarówno po stronie warsztatu, jak i klienta końcowego.

- Twoja firma istnieje już ponad 20 lat na rynku, jak bardzo zmienił się od tego czasu sektor sprzedaży online?



- Kiedy zaczynaliśmy 20 lat temu, byliśmy jednymi z pionierów w B2B eCommerce. W branży internet postrzegany był jako krótkotrwałe zjawisko, a my przez wielu uznawani byliśmy za szalonych. Z biegiem lat handel internetowy coraz bardziej zdomował się zarówno w życiu prywatnym, jak i biznesowym. Wielki boom nastąpił w czasach koronawirusa. Naszym zdaniem sytuacja związana z pandemią miała ogromny wpływ na zachowania zakupowe. Z jednej strony tradycyjnemu handlowi, który jest silnie nastawiony na osobisty kontakt z klientami i dostawcami, trudniej było utrzymać dotychczasowe procesy. Z drugiej strony sprzedawcy dostosowali się do zmian ze względu na całkowicie inne interakcje biznesowe (większa potrzeba planowania, dłuższy czas spotkań itp.) oraz większą motywację do oszczędzania na zakupach w celu poprawy zysków. Często mówi się, że pandemia koronawirusa zadziałała jak szkło powiększające, które jeszcze bardziej uwidoczniło wiele deficytów, jednocześnie przyspieszając zmiany. Moim zdaniem dotyczy to również motoryzacyjnego rynku wtórnego czy zainteresowania zakupami online. W zasadzie można powiedzieć: odchodzi się już od kupowania towarów na magazyn. Czasy dużych zapasów opon przed sezonem

już minęły. Coraz więcej kupuje się na bieżąco. Zamówienia składane są dokładnie pod konkretne potrzeby klienta - internet przede wszystkim to umożliwia.

- Jesteście liderem na rynku w sprzedaży B2B opon, felg oraz części zamiennych do aut. Jakie obecnie są największe wyzwania w tej branży i jak sobie z nimi radzicie aby pozostać na szczycie?

- Firmy działające na motoryzacyjnym rynku wtórnym stoją przed poważnymi wyzwaniami. Technologia w pojazdach rozwija się w szybkim tempie, podobnie jak asortyment części. Jednocześnie zmieniają się wymagania klientów, zmieniają się kanały dystrybucji i pojawiają się nowe. W związku z tym do przemysłu motoryzacyjnego i na rynek wtórny wchodzi nowicjusze, którzy spotykają się z uznanymi "wyjadaczami". Aby utrzymać pozycję lidera rynku w przyszłości nie możemy pozwolić sobie na stanie w miejscu, ale musimy stale rozwijać naszą platformę, aby sprostać zmieniającym się potrzebom naszych klientów. Naszym dużym atutem jest doświadczenie, które przez ostatnie 20 lat obficie zbieraliśmy. Udowodniliśmy, że potrafimy tworzyć zarówno eCommerce i nie ograniczamy się tylko do opon. Od lat zdobywamy zaufanie w handlu elek-

tronicznym oponami, co pomogło nam rozwinąć również sektor części.

- Rok 2021 dla portalu B2B Alzura Tyre24 na polskim rynku zakończył się pozytywnie. Sprzedaż w segmencie opon przewyższyła poziom z roku 2020 pod względem ilości sprzedanych sztuk, sprzedaż opon zimowych osiągnęła poziom powyżej oczekiwań, a liczba zamówień w segmencie części zamiennych wzrosła o 50 proc. w porównaniu do poprzedniego roku. Czy 2022 rok zakończył się dla firmy również pomyślnymi wynikami?

- W 2022 roku ponownie udało nam się osiągnąć znaczący wzrost w obszarze części zamiennych, przy czym dynamika wzrostu obrotów wyniosła prawie 60 procent w stosunku do roku poprzedniego. Jeśli chodzi o opony, w zeszłym roku nie było rekordowego roku, ale rozwijaliśmy się stabilnie i jesteśmy zadowoleni z wyniku.

- Pandemia znacząco przyspieszyła rozwój sprzedaży internetowej. Czy obecnie oczekiwania użytkowników platformy dotyczące zakupów online są coraz wyższe? Alzura Tyre24 bardzo dynamicznie rozwija nowe funkcje poprawiające doświadczenia zakupowe klientów. Czy posiadacie plan wprowadzania nowych udogodnień, czy główną inspiracją do tego, w jakiej formie ulepszyć usługę są bieżące opinie klientów?

- Jest to połączenie wielu czynników, zawsze z myślą o ciągłym rozwoju platformy dla naszych klientów. Uwielbiam tworzyć rzeczy, o których ludzie nawet nie wiedzą, że są im potrzebne, ale z którymi nie chcą się rozstać, gdy już je poznają. Tak było z wprowadzonymi przez nas zmianami i tak będzie w przyszłości. Dbanie o indywidualne potrzeby klienta jest dla nas częścią modelu biznesowego. Zadowolenie klienta są zawsze na pierwszym miejscu. Zorientowanie na klienta jest podstawą do podejmowania decyzji. Opinie klientów pokazały nam, że funkcja ulubionych jest bardzo potrzebna. Dlatego przeprogramowano i reaktywowano tzw. listę ulubionych.

- Czy w dobie panującej w Polsce inflacji kryterium ceny dla klientów z naszego kraju znów stało się ważniejsze niż na przykład jakość produktów? Czy ma to wpływ na wybory kupujących?

- Kupując części samochodowe na platformie B2B Alzura Tyre24, wielu klientów nadal preferuje produkty marek premium takich jak Bosch, ATE i Febi-Bilstein. Oprócz innych marek premium, takich jak TRW, MANN Filter

czy Elring, w pierwszej dziesiątce najpopularniejszych marek na rynku znalazły się również dwie marki budżetowe z Maxgear i Kraft Automotive. Wyniki aktualnej statystyki potwierdzają, że warsztaty stawiają obecnie na markową jakość podczas zakupów online, a znane marki premium prowadzą w rankingu Alzura Tyre24. Warto zauważyć, że marki z drugiej i trzeciej półki, które są rzadziej sprzedawane w hurtowniach stacjonarnych, stają się również coraz bardziej popularne wśród nabywców B2B. Na Alzura Tyre24 sprzedaż w segmencie części samochodowych wzrosła w ostatnich latach o ponad 50 procent w stosunku do roku poprzedniego. Ta dynamika utrzymywała się w ubiegłym roku i jeśli spojrzeć na wzrost liczby zamówień na części zamienne w ostatnich kilku miesiącach, to szacujemy, że nie ma już także mowy o naprawach.

- Już od jakiegoś czasu serwisy ogumienia zaczęły wprowadzać naprawy fast-fitowe. Czy na podstawie liczby zamówień części niezbędnych do tego typu napraw, potraficie powiedzieć czy rośnie liczba warsztatów rozwijających swoją działalność w zakresie usług dodatkowych?

- Tak, serwisy samochodowe stają się coraz ważniejszym źródłem przychodów i obrotów dla sprzedawców opon. Coraz więcej sprzedawców opon poszerza swoją działalność oferując pełen zakres usług lub usługi fast-fit i dlatego też potrzebują części. Wychodząc naprzeciw zmieniającym się potrzebom naszych klientów kilka lat temu rozszerzyliśmy portfolio produktów o części samochodowe. Portal B2B przynosi tym samym jeszcze większe korzyści dla handlu oponami, ponieważ jak wynika z doświadczenia, grupa docelowa nie jest tak bardzo w centrum zainteresowania regionalnych hurtowni części, jak klasyczny niezależny warsztat, a teraz także salon samochodowy. Platforma handlowa taka jak Alzura Tyre24 ostatecznie oprócz ogromnej różnorodności produktów i dostępności towarów oferuje znaczne korzyści cenowe, które mogą być wykorzystane przez sprzedawców. Szczególnie w zaopatrzeniu w części zamienne i naprawcze do samochodów istnieje duża szansa na dodatkowy zysk.

- Powiedz czy obecnie łatwiej pozyskać nowych klientów, czy raczej trudniej utrzymać starych?

- Od 2020 roku obserwujemy bardzo silny, pozytywny rozwój naszego portalu, szczególnie w obszarze części zamiennych, który utrzymywał się również w ubiegłym roku. Nasz wzrost nie pochodzi z ogólnie powiększonego rynku,

lecz wynika z nowego podziału rynku. Nie zakładam, że odebraliśmy klientów Amazon, eBay i innym platformom handlowym, które są bardziej aktywne w branży B2C. Myślę raczej, że wzrost ten pochodził z „tradycyjnych” kanałów. W tym sektorze, z dystrybucją offline i silną sprzedażą „face-to-face”, warsztaty miały w 2020 r. więcej czasu na zajmowanie się alternatywnymi źródłami zaopatrzenia, takimi jak Alzura Tyre24, które dotychczas nie były przedmiotem zainteresowania. Wielu naszych wieloletnich klientów, którzy wcześniej zamawiali tylko opony, teraz zamawiają na Alzura Tyre24 także części zamienne i akcesoria samochodowe. Z jednej strony coraz bardziej widać, że na portalu dostępny jest również szeroki asortyment części zamiennych do samochodów w bardzo atrakcyjnych cenach. A to, że dostawa następuje dopiero następnego dnia po złożeniu zamówienia, nie jest wadą dla klientów. Z drugiej strony zyskaliśmy też wielu nowych klientów, którzy korzystają z Alzura Tyre24 głównie ze względu na szeroką ofertę części zamiennych.

- Na koniec pytanie o bardzo aktualnej wymowie. Jaki wpływ na motoryzacyjny rynek wtórny ma pandemia koronawirusa, agresywna wojna Rosji przeciwko Ukrainie i zakłócone łańcuchy dostaw?

- W rezultacie wąskie gardła dostaw stają się zauważalne również w warsztatach samochodowych. Zwłaszcza serwisy, które współpracują tylko z jednym dostawcą, doświadczają opóźnień w dostawach niektórych części. Problem ten nie występuje u nas ze względu na budowę platformy dzięki dużej sieci dostawców. Sieć ponad 2000 dostawców z 15 krajów europejskich na platformie zapewnia serwisom duże bezpieczeństwo, zwłaszcza w czasach kryzysu. Dzięki obecności wielu dostawców, oferta jest szersza niż w przypadku regionalnej hurtowni części. Klienci firmowi mogą liczyć na to, że nawet w czasach kryzysu zawsze będą mogli zaopatrzyć się w wybrane towary w atrakcyjnych cenach i w dużej dostępności. Jeśli u poszczególnych dostawców występują wąskie gardła w dostawach produktów, możemy skutecznie zrekomensować te braki, ponieważ bardzo wielu hurtowników i producentów korzysta z naszej platformy handlowej. Dla zarejestrowanych użytkowników oznacza to, że nie muszą się obawiać żadnych negatywnych skutków w strukturze dostaw.

- Dziękuję za rozmowę.