

# Perchè puntare sui marketplace.

## L'E-sourcing come strumento vincente - Paperwebstore

by: **FRANCO GRAZIOSI - PAPERWEBSTORE**

**Le** aziende che mirano ad una efficace riduzione dei costi devono fare scelte che ricadono nell'area *sourcing*.

Oggi non è più sufficiente trovare un fornitore e avere un prezzo, è necessario identificare le opportunità di *saving*, definendo un processo di selezione fornitori, e successivamente creare contratti che trasformeranno le opportunità in risparmio. Definito questo, il management deve conoscere i costi che affronta e poter rispondere a: "Quanto mi costa questo processo?"

L'ufficio acquisti deve valutare i costi complessivi per queste operazioni in termini di tempo, risorse umane impiegate, efficienza, sicurezza informazioni ed errori, che si riducono al minimo se attuate mediante piattaforme online attraverso i marketplace, con nuove applicazioni che prendono il nome di E-Sourcing.

Ma cosa significa realmente? Piena convergenza tra molteplici operazioni.

La ricerca dei fornitori, pre-qualifica dei fornitori, ricerca di informazioni, condivisione delle specifiche di ciò che si intende acquistare, negoziazione, emissione dell'ordine, gestione della transazione (in termini di gestione amministrativa e logistica), servizi post-vendita e valutazione e controllo delle performance del fornitore, sono rappresentate dall'e-Sourcing, strumento che prende corpo mediante l'utilizzo delle nuove tecnologie basate su internet a suppor-



**Nella foto: Franco Graziosi, Amministratore Unico di Paperwebstore.**



to di tali attività, con particolare riferimento - ma non esclusivo - alla fase di negoziazione: meccanismi di aste online o di contrattazione diretta basata su *request for quote* e *request for proposal* (generalmente definiti in letteratura come "RFx")

### I VANTAGGI SONO EVIDENTI

- Il recupero di efficienza per velocità dei processi di scambio e nel risparmio di risorse coinvolte nelle operazioni (durante un'asta si possono avere centinaia di rilanci da parte dei fornitori: il Marketplace consente di gestirli in 1-2 ore, mentre un buyer - ma anche un seller - dovrebbe dedicare qualche settimana per gestire un processo analogo con mezzi tradizionali, fax, mail).

- L'espansione del mercato di riferimento: interagire con più aziende di settori diversi con più facilità rispetto a un mercato tradizionale (abbattimento confini geografici). Ogni *buyer* tende a fare confluire sul Marketplace i propri fornitori, che diventano così facilmente contattabili anche da altri *buyer* iscritti al mercato. Questo allargamento del mercato è un'opportunità per i *seller*.

- Nuovi canali di vendita: possibilità di presentarsi nel mercato come compratore e come venditore. Un fornitore agisce per vendere sul Marketplace e come buyer di servizi o di prodotti di altro genere.

Un report della situazione ad oggi, sullo stato corrente della funzione Acquisti nelle aziende italiane è stato rilasciato lo scorso mese di giugno 2002 da un'indagine durante il 1° Forum organizzato da Il Sole 24 Ore sul tema: "Acquisti & Innovazione: aziende a confronto sulla riduzione dei costi e la creazione di valore". L'indagine evidenzia una "progressiva sofisticazione" nel

ciclo d'acquisto indotta da una sempre più frequente adozione di cataloghi elettronici e aste online che stanno gradualmente mutando le strategie organizzative e le competenze/attività delle aree aziendali dedicate all'acquisto di beni e servizi.

Si evidenzia "una particolare crescente attenzione" rivolta agli acquisti, che stanno velocemente guadagnando, all'interno delle realtà organizzative aziendali, un più marcato valore strategico: più potere agli uffici acquisti. L'utilizzo dei cataloghi elettronici e aste online è "sempre più frequente".

Le fasi del processo d'acquisto più interessate in futuro dall'uso delle nuove tecnologie saranno, l'emissione di ordini, il *sourcing* e la negoziazione.

Noi siamo presenti online con il portale **Paperwebstore.com** dall'ottobre del 2000. Abbiamo oggi in portfolio circa 2.000 aziende registrate e ogni giorno centinaia di visitatori qualificati (operatori della filiera carta) che cercano informazioni, fornitori o clienti. Oggi, sono molti i servizi che eroghiamo alle PMI del settore, gratuiti e a pagamento, ma il vero obiettivo è quello di mettere a disposizione dell'industria cartaria una piattaforma per gestire i processi di *e-sourcing* ed *e-procurement*. Abbiamo già progettato diverse soluzioni mediante l'utilizzo di *suite* specialistiche ma, le applicazioni tecnologiche per sviluppare simili progetti richiedono grossi investimenti, è quindi di fondamentale importanza avere il supporto di un partner finanziario. Inoltre, siamo in attesa che il mercato maturi, deve ancora crescere la competenza nelle aziende e soprattutto la comprensione dell'importanza di nuovi strumenti, che non sostituiscono i normali metodi attuali, ma aprono nuovi scenari ■