

eFind.ru — генеральный интернет-партнер «ЭкспоЭлектроники-2010». Лицом к закупщику



Сергей Гребнев, руководитель eFind.ru

В 2010 году поисковая система eFind.ru во второй раз стала генеральным интернет-партнером международной выставки «ЭкспоЭлектроника». В рамках выставки eFind.ru проводит семинар «Интернет в работе закупщика и продавца электронных компонентов» и представляет принципиально новые сервисы: рабочий кабинет закупщика и систему отзывов о фирмах.

Истекший год был отмечен для многих компаний кризисными явлениями, несмотря на это наши клиенты, в большинстве своем, остались с нами, и общее количество компаний, рекламирующих себя на eFind.ru, возросло. Наша бизнес-модель оправдала себя, и поисковая система находится в прекрасной форме. Поэтому у нас есть возможность и желание разнообразить и совершенствовать услуги. На «ЭкспоЭлектронике-2010» мы представляем сервисы, направленные на повышение эффективности работы закупщика.

Главная новость eFind.ru — это создание так называемого рабочего места закупщика

Интересы поисковой системы находятся на пересечении интересов поставщика электронных компонентов и их покупателя. Сервисы, предложенные в 2009 году, были направлены на поддержание поставщиков в трудный период. Теперь работа eFind.ru — дополнителенный комфорт и польза для покупателя. Компания создает альтернативу поисковой строке — виртуальный личный кабинет, где покупатель может оставить полный список своих потребностей и получить предложения от поставщиков.

На данный момент на eFind.ru, как и в других поисковых системах, покупатель сам ищет поставщика. Да, поиск упрощен: в два клика покупатель может отправить запрос потенциальным продавцам. Но на практике поиски часто оборачиваются большим количеством звонков и переговоров: на них уходит много времени, и, главное, не всегда эти действия приводят к желаемому результату.

Однако существует возможность создать параллельный процесс: сделать так, чтобы поставщик искал покупателя. Это и стало целью команды eFind.ru.

Новый сервис призван значительно упростить поиск конкретного, самого оптимального поставщика.

Суть рабочего кабинета закупщика заключается в следующем: создается удобный интерфейс, в котором закупщик может оставить список потребностей в электронных компонентах. И дальше — просто ждать и оценивать поступающие предложения поставщиков. Этот процесс не отрицает использования стандартного поиска, но, повторим, запускает встречный процесс, который должен повысить эффективность работы в несколько раз.

Плюсы рабочего места закупщика очевидны: это позволяет выложить сразу весь список искомых компонентов, приложив все необходимые описания и изображения. Поскольку предложения поступают на конкретный запрос, на их обработку уходит меньше времени. Общение персонализируется: покупатель ведет переговоры с конкретным продавцом, которому уже не нужно объяснять нюансы. Кроме того, в этой системе покупатель сможет получать предложения не только от участников eFind.ru, но и от любого другого продавца. Рабочее место закупщика планируется таким образом, что пользоваться им можно будет даже при отсутствии Интернета (а такая проблема все еще существует). Список компонентов можно будет отправить факсом и так же, по факсу, получить поступающие предложения.

Учитывая то, что у eFind.ru огромная целевая аудитория (каждый день на сайте порядка 7000 посетителей, которые делают порядка 20 000 поисковых запросов), нельзя сказать, что новый сервис будет полезен только покупателям и только им облегчит жизнь. Любой поставщик хотел бы иметь возможность ориентировать эту аудиторию на себя. eFind.ru не мог предоставить такую информацию о покупателях. Теперь каждый поставщик может заняться этим сам: конкуренция покажет, кто полезнее тому или иному покупателю.

Итак, поставщик заинтересован в выгоде для себя покупателя. Таким образом, рабочее место закупщика открывает и перед продавцами новые перспективы. Появляется информация о, скажем так, личных и деловых характеристиках покупателя.

Разумеется, можно искать поставщиков и без помощи подобного рабочего кабинета на eFind.ru. Вооружиться телефоном, факсом, таблицами Excel, канцелярскими принадлежностями — и разослать список своих желаний в области электронных компонентов всем вероятным поставщикам. Сколько их наберется, даже если исключить иногородних? Вероятно, более сотни. Предположим, эта работа сделана. Какова будет реакция поставщика? С одной стороны, клиент сам идет в руки, но с другой — продавцу нужно обработать много информации без гарантии покупки. Неясно также, уникальное это письмо или разослано еще сотне конкурентов. Обработывая запрос, нужно сделать звонки, выяснить все условия, возможно, подобрать аналоги — потратить время без гарантии результата.

Не будем забывать про поисковую строку на eFind.ru — она и создана для того, чтобы процесс шел быстрее. Но повторим: классический поиск никто не отменяет, однако рабочее место закупщика запускает встречный процесс. Не только покупатель ищет, но и покупателя ищут.

И не просто ищут. Все его запросы отсортированы и откомментированы так, как он, покупатель, счел нужным. У продавца уже нет массы вопросов, а его любимые покупатели уже известны и обслуживаются в первую очередь. Остается выбрать позиции, по которым фирма может сделать наилучшее предложение, и — предложить. Неинтересные позиции можно пропустить, не оправдавших ожидания покупателей проигнорировать.

Дальше происходит следующее: покупатель сразу в одном месте видит все предложения на запрашиваемую им позицию. Информацию не надо сохранять, записывать — все автоматически складывается на «рабочем месте». Здесь же находится ветка обсуждения, где можно быстро согласовать технические детали. В результате конструктивности и, что немаловажно, краткость диалога приближаются к идеалу.

Прогнозируя развитие нового сервиса, eFind.ru видит и некоторые проблемы. Существует определенная опасность того, что некоторые пользователи будут эксплуатировать сервис, не собираясь покупать

компоненты. Речь идет о так называемых пустых запросах, которые могут подорвать доверие поставщика к самому сервису. Отсутствие этого доверия обернется тем, что и покупатель перестанет использовать возможности рабочего места.

Окончательно отсеять «хороших» покупателей от «плохих» невозможно, но определенные меры будут приняты. Если сделка состоялась успешно, покупатель и поставщик отмечают этот факт в системе, и он становится общедоступным. Набрав определенную статистику, поставщик будет видеть, что клиент добросовестный и покупающий, стало быть, заслуживающий доверия и внимания с его стороны.

Для покупателя подобная статистика тоже будет индикатором надежности поставщика. Не всегда понятно, лучше воспользоваться предложением этой компании или другой, предложившей товар в два раза дешевле. Особенно когда нет истории отношений с фирмой. Но если статистика показывает, что компания активно продает компоненты, и клиенты ею довольны, это поможет сделать выбор.

Можно законно возразить на все приведенные аргументы, что недобросовестные покупатели/поставщики смогут поднимать друг другу рейтинг несуществующими сделками. Такая опасность существует, но сколько найдется таких клиентов, которые еще и смогут договориться между собой? Тем более что после нескольких новых неудачных сделок с другими поставщиками системы рейтинг упадет, и все встанет на свои места. Также можно тормозить рост рейтинга в случае работы исключительно с одной компанией.

Немаловажный плюс рабочего места закупщика заключается в том, что входная стоимость для поставщика равна нулю. Напомним, абонентская плата на eFind.ru составляет 5000 рублей в месяц, и не каждая небольшая компания может позволить себе такие расходы. Кроме того, множество компаний обладают узкой номенклатурой и ориентированы на штучного клиента и индивидуальный подход. Просмотр информации, поступающей от закупщиков, их ни к чему не обязывает, предоставляя при этом очевидные возможности. Заметив интересного клиента, можно снизить цену и вообще варьировать свои предло-

Потребности на рынке

Запросы из России

Все запросы (120) Интересные позиции (3) Поиск по окладан Настройки

Войти

Все Отобранные (109)

Все регионы (133)

- Россия (120)
 - Санкт-Петербург (47)
 - Москва (73)
 - Воронеж
- Украина (13)
 - Киев (13)
 - Днепропетровск
- Все компании (113)
 - ООО "ПРТЕКТ" (12)
 - ООО "НПФ «Микран»
 - ОАО "СЧЕТМАШ"
 - ЗАО "Манометр-Сервис"
 - Остальные (101)

Добавить регионы

Добавить компании

ЦИИИ "Прибор" MAX232CPE 50 шт. (20 \$/шт.) Москва

MAX4430 50 шт. Москва

21.01.2009

ЦИИИ "Прибор" MAX232CPE 50 шт. (20 \$/шт.) Москва

MAX4430 50 шт. Москва

TLE2027 50 шт. (желаемая цена: 31,12 дол./шт.) Зеленогоок

Контактная информация

Заказчик: Максимов Антон (ЦИИИ "НПК") +7 (915) 378-12-12, makton@cnii.nnov.ru

Город поставки: Россия, Санкт-Петербург, г. Зеленогорск

Ваши предложения поставки

- 25 \$/шт. — 1000 шт. со склада
- Нормально-экономичные компоненты (номерная АЕМ232)
- 50 евро, 200 шт., 1-2 недели

Добавить предложение поставки

Добавить предложение

Цена: Кол-во: со склада или со сроком поставки:

Примечание:

Добавить Отмена

ЦИИИ "Прибор" MAX232CPE 50 шт. (20 \$/шт.) Москва

MAX4430 50 шт. Москва

жения в зависимости от того, что видишь в запросе.

Немаловажно, что сам eFind.ru тоже изучает запросы покупателей и ищет соответствие с информацией, загруженной в поисковую систему участниками. После этого по найденным соответствиям автоматически рассылаются уведомления. Далее поставщик действует на свое усмотрение: делает или не делает предложение, возможно, корректирует цены и т. п. Если поставщик быстро реагирует на предоставленную информацию, он имеет явное преимущество перед теми, кто будет долго думать и сомневаться. Сделка происходит, рейтинг повышается, соответственно, повышается вероятность последующих сделок — и так до тех пор, пока фирма конкурентоспособна.

Все выглядит очень оптимистично: теперь не только покупатель ищет поставщика, но и наоборот, и всем это выгодно. Но, разумеется, подобная система усилит конкуренцию — это здоровый рыночный процесс. eFind.ru заинтересован в конкуренции, в «чистоте» поиска, в конечном счете — в удовольствии конечного потребителя — покупателя компонентов. Как и покупателю, системе интересны сильные и добросовестные игроки.

Вторая важная новость eFind.ru — это долгожданное создание системы отзывов о фирмах, участвующих в поиске

Естественное развитие eFind.ru привело к тому, что большинство компаний, поставляющих компоненты, старается участвовать в системе поиска. Но при этом пользователи системы и команда eFind.ru, безусловно, заинтересованы в достоверности предоставляемой информации. То есть поисковой системе нужны участники, которые будут соответствовать запросам пользователя — стабильностью работы, отлаженными каналами поставки и так далее.

В начале работы системы, в 2002 году, в поиске участвовало всего около 20 компаний. При этом основным естественным требованием системы было наличие сайта с возможностью поиска по складу. Интернет в России в то время был развит далеко не в той мере, как сейчас, и таким требованиям отвечали, как правило, наиболее крупные и известные компании и еще те немногие, кто уже видел в интернет-проектах хорошие перспективы. Поэтому перед пользователем не вставала проблема выбора: во-первых, выбор был не велик, а во-вторых, пользователь прекрасно знал представленные в системе компании и мог сделать выбор, руководствуясь своим опытом.

Сейчас ситуация кардинально изменилась. Число участников увеличилось более чем до 200, и перед пользователем постоянно встает вопрос выбора поставщика.

Первый и наиболее очевидный шаг со стороны eFind.ru в направлении облегчения этого выбора состоял во введении так называемого георанжирования. С этого момента компании (или их филиалы), находящиеся в регионе пользователя, выводятся на первых позициях, следом идут компании из макрорегиона, потом — из России и в конце списка — зарубежные поставщики. Очевидно, что покупателю удобнее работать с теми, кто находится рядом.

Следующим шагом было выдвижение на первые места в результатах поиска официальных дистрибьюторов. Действительно, если у покупателя есть выбор, то статус официального дистрибьютора становится дополнительным плюсом к репутации компании. Компании — официальные дистрибьюторы поднимаются выше в результатах поиска в любом случае, если же они хотят отметить себя особенно, то за отдельную плату помечают свои позиции звездочкой.

Тем не менее проблема выбора остается, и зачастую, в трудных случаях, покупателю приходится выбирать «кота в мешке» — со всем неизвестную компанию. Это риск, ко-

торый eFind.ru надеется свести к минимуму созданием системы отзывов.

Сайт ежедневно посещают несколько тысяч человек. Очевидно, что они заходят не погостить, а найти компоненты. Из того, что они заходят снова и снова, следует, что находят и покупают. Соответственно, очень полезно было бы использовать их опыт — зафиксировать отзывы о фирмах-поставщиках, чтобы новичкам было проще ориентироваться на рынке в целом и в результатах поиска в частности.

Идея не нова и успешно разрабатывается многими сервисами. Так, например, для международного интернет-аукциона eBay система отзывов стала основой сервиса, притом что наладить ее было чрезвычайно сложно: в аукционе участвуют десятки тысяч продавцов.

Еще один пример удачного использования системы отзывов — сайт banki.ru. Здесь пользователи оставляют отзывы о работе банков России. На основе отзывов строится рейтинг. Для наиболее крупных банков количество отзывов составляет сотни. Сервис стал настолько популярен, что заслужил уважение самих банков, многие из которых отвечают на отзывы и корректируют свою работу в соответствии с ними.

Разработка подобного сервиса ведется и на eFind.ru. Речь не идет о системе рейтингов, но это до той поры, пока не наберется достаточный объем отзывов. В рамках сервиса покупатель сможет оставить свое мнение о качестве работы компании, сроках поставки, достоверности выводимой информации и вообще обо всем, что важно при покупке компонентов.

Рекламодатели eFind.ru в целом положительно относятся к нововведению, поскольку оно призвано улучшить качество поиска. Большинство претензий к системе до сих пор сводилось именно к замечаниям о недостоверности информации в результатах поиска. Теперь появится инструмент, позволяющий в большей степени контролировать компании, участвующие в поиске, и делать это не на основе своего субъектив-

ного мнения, а руководствуясь статистикой отзывов.

Однако сами отзывы по определению субъективны и поэтому теоретически могут быть продиктованы вовсе не заботой о чистоте поиска на eFind.ru, а личными и не всегда приемлемыми соображениями. Специалисты eFind.ru полагают, что вряд ли столкнутся с потоком таких «черных» отзывов, а с единичными случаями вполне можно справиться с помощью модерации и определенной системы проверки. К каждому отзыву eFind.ru будет подходить индивидуально: все они будут проверяться модератором, а учитываться — только конструктивные отзывы, основанные на фактах. Кроме того, по желанию компании, получившей негативный отзыв, при необходимости будет проводиться детальный анализ ситуации. В остальных случаях eFind.ru обязуется размещать рядом с отзывом официальный ответ на него: ознакомившись с обеими позициями, пользователь сам сделает выводы.

Еще одна проблема, которая волнует крупные компании, заключается в том, что в силу большого количества сделок на них будут жаловаться чаще.

При обсуждении будущего проекта eFind.ru учел и это. Логично предположить, что если жаловаться будут чаще, то и оставлять положительные отзывы — тоже. Кроме того, требование к качеству работы крупной компании должно быть выше. Но проблема остается, и по факту поступивших отзывов eFind.ru, вероятно, будет корректировать алгоритм рейтингов в зависимости от размера компаний. Конечно, речь не идет о «подкручивании» каких-то показателей индивидуально, поскольку репутация независимого ресурса остается для поисковой системы принципиально важной.

Подводя итоги, можно сказать, что в ближайшее время поиск на eFind.ru станет более разнообразным и разветвленным, а информация, предоставляемая фирмами-участниками, — более достоверной. ●