

BADANIE KONKURENCJI I ANALIZA DOSTAWCÓW SYSTEMU TMS
JAKO KROK DRUGI DO WPROWADZENIA KONSTRUKTYWNYCH ZMIAN W FIRMIE

DOBRA DIAGNOZA KLUCZEM DO INNOWACJI



 Patryk Grzelak

W poprzednim artykule mowa była o audycie wewnętrznym, pierwszym strategicznym kroku w przymiarce do wdrożenia w firmie systemu klasy TMS (TM Nr2 kwiecień-maj 2017, s. 65). Po długotrwałej analizie własnych potrzeb i obszarów doskonalenia czas postawić diagnozę naszej konkurencji oraz przyjrzeć się potencjalnym dostawcom narzędzi IT.

Analizując zarówno rywali biznesowych, jak i dostawców rozwiązań służących naszemu rozwojowi, ogólną wytyczną w selekcji niech będzie ich „success story”. Za dobrą passą sąsiadów z podwórka branżowego stać mogą bowiem m.in. podjęte przez nich decyzje zakupowe, a towarzysząca im strategia może stanowić dla nas wzór i inspirację. Również sukces dostawcy narzędzi informatycznych na rynku usług TSL powinien wzbudzić nasze zainteresowanie, ponieważ przekłada się on na popularność oferowanego produktu i wiąże z profesjonalnym świadczeniem usług.

Badanie konkurencji

W pierwszej kolejności musimy zorientować się, czy nasi rywale rynkowi korzystają ze wsparcia systemów informatycznych. Jeśli tak, to z jakich, a także jak długo – warto czasem nawet pobieżnie prześledzić historię korzystania z rozwiązań IT. Przeprowadzenie „researchu” w internecie i bierna obserwacja ustępują kontaktowi bezpośredniemu. Bezcenne jest uzyskanie opinii poprzez rozmowy z pracownikami operacyjnymi, wykorzystującymi system TMS na co dzień, ale też managementem firmy i konfrontacja tych czasem nieco różniących się stanowisk. Warto także pomyśleć o wywiadzie wśród pracowników, by sprawdzić z jakich systemów generowane są najczęściej otrzymywane przez nich popularne druki obiegowe, jak np. zlecenia czy faktury.

Analiza potencjalnych dostawców

Porównanie dostawców systemów TMS zacznijmy od rozpoznania specyfikacji produktów i usług, dopasowania ich funkcji do naszych potrzeb oraz weźmy pod uwagę relację ceny do jakości oferty, pamiętając, iż tanio w praktyce nigdy nie oznacza dobrze. Dalej warto ustalić, która z firm IT cieszy się największą

popularnością oraz co sprawia, że dana oferta jest tak konkurencyjna. Ważnymi parametrami są tu długoletnia obecność na rynku i doświadczenie dostawcy, liczba przeprowadzonych wdrożeń oraz dostępność referencji i informacje z nich wynikające, m.in. dotyczące kompetencji zespołu wdrożeniowego czy elastyczności i otwartości samego rozwiązania. W ocenie oferowanych rozwiązań przyjrzyjmy się też technologii, którą stosuje dostawca systemu oraz sprawdźmy pakiet usług komplementarnych, jak np. posprzedażowe wsparcie techniczne. Nikt nie chce stać w miejscu. Analizując więc oferty dostawców systemów IT pamiętajmy, by zbadać ich potencjał do dalszego rozwoju oraz poznać ich plany i zamierzenia strategiczne na przyszłość. W końcu powinno nam zależeć na długoterminowej współpracy.

Ograniczenie wyboru

Liczbę dostawców rozwiązań IT, spośród których dokonujemy selekcji, winniśmy zawęzić maksymalnie do trzech. Kryterium ograniczającym wybór jest jak największe dopasowanie oferowanych funkcji systemu TMS do naszych oczekiwań zdefiniowanych w audycie. Jesteśmy już na przedprożu decyzji zakupowej. Kolejny etap to szczegółowe porównanie ofert. Od niego zależy nasza satysfakcja wynikająca z nabycia optymalnego narzędzia. Więcej informacji o tym, jak rzetelnie ocenić dostawców przedstawimy w kolejnym artykule.

AUTOR



Patryk Grzelak

dyrektor zarządzający w firmie interLAN,
która jest dostawcą systemów TMS.