E-BOOK

Aukcje elektroniczne w pigułce

czyli wszystko, co powinieneś o nich wiedzieć!

OEX NEXTBUY
ePROCUREMENT

Spis treści

Rozdział I 3
Aukcje elektroniczne od podstaw.

Rozdział II 5
Jaką kategorię produktów wybrać do aukcji?

Rozdział III 8
Jak przygotować się do aukcji?

Rozdział IV 12
Jak skonfigurować parametry aukcji?

Rozdział IV 16
Aukcje w praktyce. Case study.

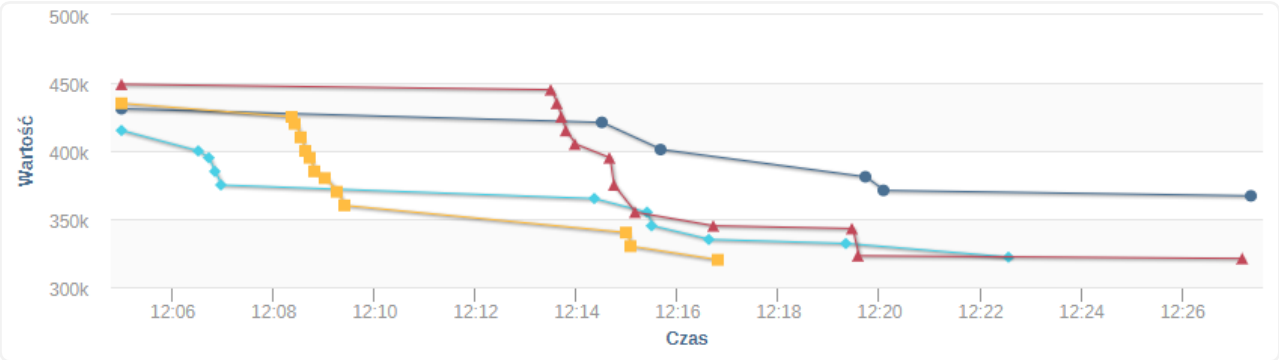
ROZDZIAŁ I

Aukcje elektroniczne od podstaw

W tym rozdziale poznasz definicję e-aukcji oraz wybrane jej rodzaje, dostępne w większości narzędzi zakupowych, dzięki którym ten sposób negocjacji cen jest możliwy.

Co to jest aukcja elektroniczna?

Aukcja to pojęcie znane pewnie każdemu. Dziś głównie jako aukcja elektroniczna przeprowadzana za pomocą systemów lub innych narzędzi. Pojęcie aukcji elektronicznej w erze digitalizacji, to **rozpowszechniona definicja szybkiej negocjacji ceny**. Odbywa się ona pomiędzy wybranymi Dostawcami. Zacznijmy od pełnej definicji.



AUKCJA to dynamiczny proces negocjacji, odbywający się pomiędzy wcześniej wybranymi dostawcami i dotyczący przedmiotu aukcji, precyzyjnie określonego przez Kupującego.

JAKĄ KATEGORIĘ PRODUKTÓW WYBRAĆ DO AUKCJI?

Rodzaje aukcji elektronicznych

AUKCJA ANGIELSKA KLASYCZNA

Kupujący (dostawcy) składają coraz niższe oferty kupna w stosunku do **aktualnie prowadzącej oferty**.

AUKCJA ANGIELSKA DYNAMICZNA

Kupujący (dostawcy) składają coraz niższe oferty kupna w stosunku do **swojej poprzedniej oferty**.

AUKCJA HOLENDERSKA

Aukcja, w której **wygrywa pierwsza złożona oferta**. Pierwszy dostawca, który zaakceptuje cenę kończy aukcję. Pozostali dostawcy mogę się o tym dowiedzieć lub nie.

AUKCJA JAPOŃSKA

Aukcja, w której wygrywa **ostatni dostawca akceptujący cenę.** Każdy dostawca musi zaakceptować każdy wzrost ceny, by dalej uczestniczyć w aukcji

ROZDZIAŁ II

Jaką kategorię produktów wybrać do aukcji?

Zastanawiasz się nad przeprowadzeniem aukcji elektronicznej w Twoim przedsiębiorstwie? Zacznij od przeczytania tego rozdziału, dzięki któremu dowiesz się, jak wybrać produkty do negocjacji.

Po co robić aukcje? Korzyści dla Kupca!

Pojęcie aukcji w erze digitalizacji, to rozpowszechniona definicja szybkiej negocjacji ceny. Odbywa się ona pomiędzy wybranymi Dostawcami. Przedmiot aukcji to precyzyjnie określone produkty lub koszyk produktów, które wybrał Kupiec

O rodzajach aukcji możesz przeczytać w rozdziale I

Czy aukcja elektroniczna to efektywna forma kupowania?
Zdecydowanie TAK! Sprawdza się zarówno w zakupach pośrednich, jak i bezpośrednich.

Dlaczego warto przeprowadzić aukcję elektroniczną? Liczą się nie tylko oszczędności!

KORZYŚCI DLA KUPCA:

- transparenty i przejrzysty proces zakupowy
- maksymalizacja siły negocjacyjnej i redukcja cen
- zmniejszenie pracy związanej z negocjacjami
- emocje i satysfakcja z aukcji

KORZYŚCI DLA SPRZEDAWCY:

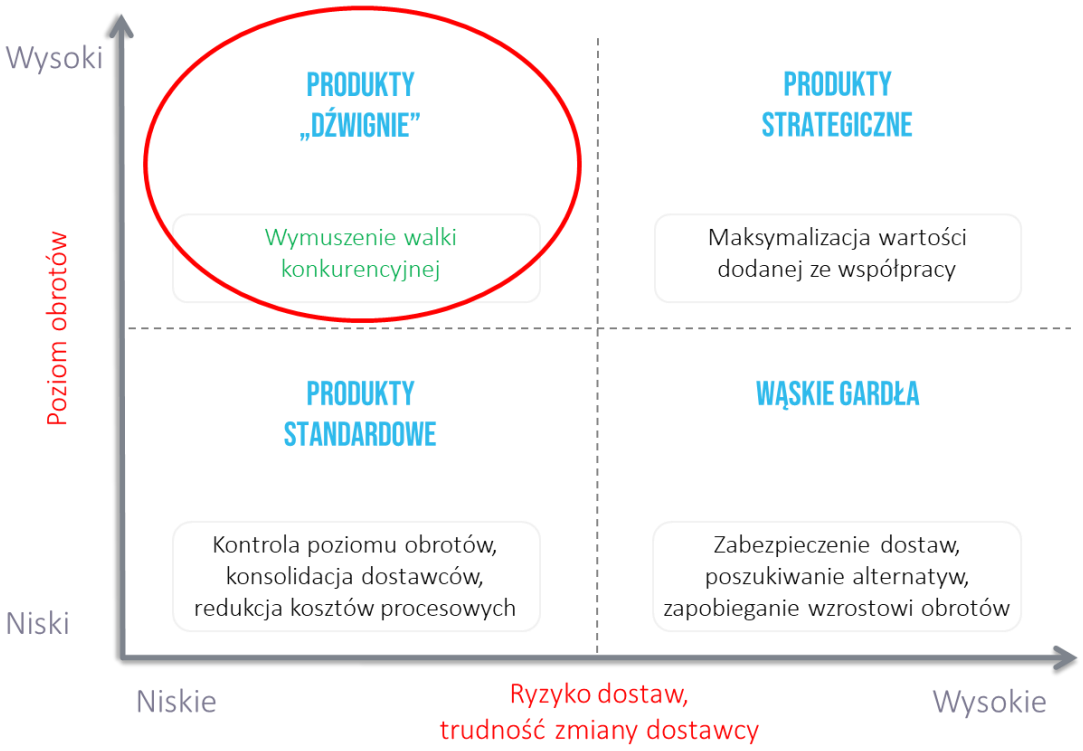
- moze dynamicznie reagować na oferty konkurencji

Kluczem do sukcesu jest wybór kategorii produktów, które są odpowiednie do negocjacji.

JAKĄ KATEGORIĘ PRODUKTÓW WYBRAĆ DO AUKCJI?

POTENCJAŁ ZASTOSOWANIA AUKCJI

Poniższy wykres prezentuje **Macierz Kraljica** na **przykładowe produkty i usługi**, które kupuje przedsiębiorstwo w podziale na: **ryzyko dostaw** produktów oraz **poziom obrotów** przeznaczany na dane kategorie produktów. W ten sposób możemy podzielić zakupy na **4 kluczowe obszary**.



1) Produkty Strategiczne

Produkty zaliczone do tego obszaru to **niezbędne surowce, bez których przedsiębiorstwo nie może funkcjonować.** Mają ogromne znaczenie dla ciągłości biznesu. Można je bez problemu rozpoznać, ponieważ przeznaczany na nie **wolumen zamówień jest największy**. Ponadto, są obarczone **największym ryzykiem dostaw.**

Jakie produkty są zaliczane do tego obszaru? Outsourcing utrzymania serwerowni (w branży IT), zaawansowany system informatyczny (np. transakcyjny lub ERP) surowce lub komponenty wykorzystywane do produkcji produktu finalnego.

Czy warto przeprowadzać aukcje w przypadku produktów strategicznych? **Raczej nie**. Warto skupić się na poprawie relacji z dostawcą strategicznym i maksymalizacji wartości dodanej ze współpracy. Kluczem jest **długoterminowy kontrakt i ocena efektywności dostawcy**.

2) Wąskie gardła

Zwróć uwagę na wąskie gardła. Produkty te **nie mają dużego wpływu na wolumen** zakupów, ale wiąże się z nimi **ogromne ryzyko dostaw**. Może być spowodowane niewielką liczbą dostawców na rynku.

Jakie usługi zaliczamy do wąskich gardeł? Doradztwo podatkowe, doradztwo prawne, audyt wewnętrzny, usługi konsultingowe.

Jak postępować w przypadku wąskich gardeł? Zadbaj o ciągłość i **bezpieczeństwo dostaw.** Skup się na tym, a nie na negocjacjach ceny. Jednocześnie, pamiętaj o tym, że warto jest mieć **alternatywę dostaw** w przypadku nasilenia ryzyka. Nie zaleca się przeprowadzania aukcji elektronicznych na wąskich gardłach, ponieważ są to **produkty specjalistyczne**, dostarczane przez niewielką część film na rynku.

3) Produkty Standardowe

Niskie ryzyko dostaw i niski wolumen zakupów to znak rozpoznawczy produktów standardowych. Obszar ten ma **najmniejsze znaczenie** z punktu widzenia działu zakupów.

Wśród produktów standardowych można wyróżnić: przeglądy przeciwpożarowe, usługi cateringowe, dzierżawa urządzeń biurowych (np. ekspres do kawy, drukarka), niewielki rachunek za obiad na spotkaniu biznesowym.

Czy aukcja sprawdzi się w przypadku standardu? Przy niskiej wartości zakupów, które generują produkty standardowe, aukcja **moze się nie sprawdzić**. Nie licz na spektakularne oszczędności. Skup się na **automatyzacji procesu P2P** (więcej o P2P **TUTAJ**). Usprawnij proces zgłaszania, akceptacji i realizacji zamówień. Kontroluj poziom obrotów i skonsoliduj dostawców.

4) Produkty standardowe „dźwignie”

Obszar produktów-dźwigni to największe **pole do popisu dla kupca**. Dlaczego? **Wysoki poziom obrotów** wiąże się z **niskim ryzykiem dostaw**. Idealna okazja do negocjacji, bo łatwo jest zgromadzić wielu, konkurujących ze sobą Dostawców, porównać produkty i dokonać ich standaryzacji.

Jakie produkty i usługi wymieniane są wśród dźwigni? Materiały biurowe, poligraficzne, eksploatacyjne, zakup usług ochrony i sprzątania, artykuły BHP, energia elektryczna, flota samochodowa, usługi telekomunikacyjne oraz logistyczne.

Czy aukcja sprawdzi się w przypadku wiodących produktów standardowych? ZDECYDOWANIE TAK!

Wymuś walkę konkurencyjną u Dostawców! Skorzystaj z aukcji elektronicznych, ponieważ właśnie w tej kategorii produktów masz szansę na **osiągnięcie najlepszych wyników** negocjacyjnych i wykorzystanie wszystkich możliwości zakupowych.

*Trzeba podkreślić, że w zależności od specyfiki przedsiębiorstwa **Macierz może się różnić i przedstawiać inaczej.***

ROZDZIAŁ III

Jak przygotować się do... skutecznej aukcji?

Proces przygotowania się do przeprowadzenia aukcji elektronicznej w dużej mierze decyduje o jej powodzeniu lub porażce. W tym rozdziale dowiesz się: jak w 7 krokach przygotować się do przeprowadzenia aukcji elektronicznej zakończonej sukcesem!

KROK 1: Przeanalizuj zakupy

Pierwszy i niezbędny krok przed rozpoczęciem aukcji zakupowej, to przede wszystkim **dobre przygotowanie**. Zacznij od **zebrania danych**, które pozwolą Ci na dokonanie **analizy wolumenu zakupowego w firmie**. Mogą to być:

- ✓ **obroty z dostawcami** za ostatnie 12 miesięcy (np. z Księgi Rozrachunków lub bezpośrednio od Dostawcy - większość posiada informacje o kwotach i ilości zamówień)
- ✓ **budżet lub plan wydatków** w podziale na grupy rodzajowe i dostawców

Jeśli masz już zasób danych, to **przeanalizuj zebrane dokumenty** i **dokonaj podziału zakupów**.

O tym, w jaki sposób dokonać podziału zakupów i jakie produkty wybrać opisaliśmy szczegółowo w rozdziale II

Twoim cel to: **standaryzacja produktów**, ponieważ pozwoli ona na wyłonienie odpowiedniej kategorii do aukcji elektronicznej.

Skup się na: **wiodących produktach standardowych (produkty dźwignie),** które charakteryzuje niskie ryzyko dostaw i wysoki poziom przeznaczanych na nie obrotów. To idealna okazja do negocjacji, bo rynek jest konkurencyjny a produkty łatwo zastępowane.

Dokonaj **priorytetyzacji kategorii produktów**, na przykład: według realnych możliwości zmiany dostawcy czy czasochłonności dokonanych negocjacji. Pamiętaj także, że dobrą praktyką jest wybór **20% pozycji do negocjacji, które generują 80% kosztów**. (Zasada Pareta).

KROK 2: STWÓRZ SPECYFIKACJE

Po przygotowanej analizie zakupów i wyborze produktów, które będą przedmiotem aukcji, poświęć czas na **dokładne opisanie ich specyfikacji**. Jest to kluczowy element, który ma znaczny wpływ na sukces aukcji. **Zwróć uwagę na to, aby specyfikacja była:**

kompletna

określ nazwę, ilość, cenę jednostkową, wartość, rodzaj opakowania i czas dostawy, płatność, system zakupowy wspomagający zamówienie itp.

zrozumiała

szczególnie dla Dostawców z danej branży, skup się na konkretach i fachowym języku, który jest zgodny z przyjętymi standardami

uniwersalna

nie powinna ograniczać możliwości negocjacyjnych na rynku i nie faworyzować żadnego z Dostawców biorących udział w procesie

zaakceptowana

przede wszystkim wewnętrznie. Specyfikacja powinna być zgodna z wymaganiami osób decyzyjnych w procesie i przez nie zweryfikowana

Tak przygotowana specyfikacja jest podstawą do uzyskania porównywalnych, wstępnych ofert Dostawców.

KROK 3: WYBIERZ DOSTAWCÓW

Jeśli wiesz już jakie produkty chcesz negocjować i określiłeś ich niezbędne wymagania, to najwyższy czas, aby stworzyć **listę potencjalnych Dostawców**, których zaprosisz do wzięcia udziału w aukcji. Zwróć uwagę na to, aby przy określeniu ilości firm wybrać optimum między pracochłonnością (obsługa systemu, komunikacja z Dostawcami) a zwiększeniem siły negocjacyjnej.

Najlepszą praktyką jest wybór **minimum 5 firm**, które zostaną zaproszone do udziału w aukcji elektronicznej. Optymalna liczba to **6 Dostawców.**

W jaki sposób wybrać Dostawców?

Po pierwsze **przeanalizuj wstępnie zebrane oferty** z wysłanego wcześniej zapytania. Zweryfikuje je i sprawdź, czy dana firma jest w stanie dostarczyć Ci cały koszyk produktów będący przedmiotem aukcji. Po drugie, **zaproś najlepszych dostawców z poprzednich aukcji** (jeśli takowa się odbyła), a najmniej aktywnych zastąp nowymi firmami. **Nie bój się zapraszać do aukcji Nowych Dostawców** – często chętniej biorą w niej udział.

JAK PRZYGOTOWAĆ SIĘ DO... SKUTECZNEJ AUKCJI?

KROK 4: PRZYGOTUJ DOKUMENTACJĘ AUKCYJNĄ

Jeszcze przed rozpoczęciem aukcji należy przewidzieć i **zabezpieczyć się przed ryzykiem** np. potencjalnego błędu Dostawcy czy jego wycofania się ze złożonej oferty. W związku z tym zadbaj o to, aby **każdy uczestnik zapoznał się z przygotowaną dokumentacją aukcyjną**. Najlepiej jeśli w jej skład wchodzi:

Zapytanie ofertowe (RFP)

z określonymi informacjami o firmie, przedmiocie zapytania, informacjami o wykorzystywanej platformie aukcyjnej, specyfikacjami, planowanymi parametrami aukcji, harmonogramem procesu ofertowego, z wyróżnieniem na aukcję testową i właściwą, danymi kontaktowymi do osoby prowadzącej proces oraz szablonem oferty cenowej

Regulamin aukcji

zawrzyj w nim podpunkty dotyczące przebiegu i zakończenia licytacji, np. prawo do odrzucenia przez Kupującego jednej lub wszystkich ofert (możliwość zwycięstwa oferty, która nie jest najtańsza), prawo do tego, że zwycięstwo w aukcji nie gwarantuje podpisania umowy, czy zapis nakładający konieczność zachowania poufności. Warto taki dokument skonsultować także pod względem zgodności z prawem.

Instrukcje użytkowania systemu aukcyjnego

niezbędne informacje o systemie – w jaki sposób się zalogować, złożyć ofertę, gdzie znaleźć informacje o przeprowadzającym aukcję, jak uzyskać pomoc, co robić w przypadku błędu systemu itd.

Ważne jest, aby Kupiec przed aukcją właściwą uzyskał **potwierdzenie zasad i zapoznania się z dokumentacją przez wszystkich uczestników.** Pozwoli to uniknąć nieporozumień i prób niewywiązania się ze złożonych ofert.

KROK 5: PRZEPROWADŹ AUKCJĘ TESTOWĄ

Często rekomendujemy firmom przeprowadzenie aukcji testowej, która **poprzedza aukcję właściwą**. Jest to świetna okazja na zapoznanie Dostawców z systemem aukcyjnym. Mogą przeklikać narzędzie i sprawdzić parametry aukcji. **Aukcja testowa ma takie same parametry, jak aukcja właściwa**. Zatem każdy Dostawca ma możliwość sprawdzenia loginów, łącza, konfiguracji i zgłoszenia ewentualnych błędów. Natomiast Kupiec może zweryfikować, czy wszystkie ustawienia spełniają swoje funkcje, zgodnie z założeniami.

JAK PRZYGOTOWAĆ SIĘ DO... SKUTECZNEJ AUKCJI?

KROK 6: PRZEPROWADŹ AUKCJĘ WŁAŚCIWĄ

Aukcję właściwą można określić jako **pierwowzór i kopię aukcji testowej**. Zaplanuj ją w odpowiednim i pasującym wszystkim Dostawcom czasie.

Najlepszą praktyką jest: złożenie pierwszych ofert „w imieniu" Dostawców jeszcze przed rozpoczęciem aukcji na kwoty, które zaoferowali na wcześniejszym etapie.

Można także skontaktować się na początku aukcji z Dostawcami i zachęcić ich do negocjacji.

Pamiętaj, że **efekt aukcji** zależy w dużej mierze od dobrego przygotowania się do niej, czyli od wykonania wszystkich poprzedzających ją kroków.

Ważne są także **relacje budowane z Dostawcami.**

O tym, w jaki sposób ustawić najlepsze parametry aukcji, które pozwolą na osiągnięcie najlepszych rezultatów opisaliśmy w rozdziale IV

KROK 7: WYBIERZ ZWYCIĘZCĘ I PODSUMUJ WYNIKI

Większość systemów zakupowych, które umożliwiają przeprowadzenie aukcji elektronicznej, **automatycznie wygeneruje raport** z jej przebiegu. Ma to duże znaczenie dla decydentów, ponieważ pozwoli zakończyć proces negocjacyjny i wybrać najkorzystniejszą ofertę.

Najlepszą praktyką jest ocena ofert pod względem: **ceny oraz wartości rabatu od ceny standardowej**. Na tej podstawie można przypisać punkty Dostawcom jeszcze przed rozpoczęciem aukcji.

Skontaktuj się z Dostawcą, który według Ciebie **wygrał negocjacje** według ustalonych kryteriów. Hipotetycznie jeśli pojawią się problemy związane z podpisaniem umowy lub ewentualne spory i niejasności, **posiłkuj się regulaminem aukcji** oraz możliwością wybrania innego Dostawcy. **Pamiętaj, aby powiadomić pozostałych Dostawców o wynikach aukcji i ich przegranej. Podziękuj za ich udział i poświęcony czas.**

Pobierz INFOGRAFIKĘ!

ROZDZIAŁ IV

Jak skonfigurować parametry aukcji?

Sposób ustawienia właściwych parametrów jest najczęściej pojawiającym się problemem związanym z przeprowadzeniem aukcji elektronicznej. Systemy zakupowe oferują wiele konfigurowalnych funkcjonalności e-aukcji, które ułatwiają i jednocześnie utrudniają – jeśli zostają niewłaściwie użyte. Poznaj najlepsze praktyki konfiguracji aukcji tak, aby osiągnąć jej oczekiwany efekt.

Dostawcy

Wybór Dostawców, to obowiązkowy krok w przygotowaniu do przeprowadzenia aukcji elektronicznej **Ilu Dostawców zaprosić?**

Najlepszą praktyką jest: zaproszenie 5-6 Dostawców do udziału w aukcji.

W przypadku aukcji angielskiej: zaproszenie nie mniej niż 2 Dostawców

W przypadku aukcji holenderskiej i japońskiej: dopuszczalne jest przeprowadzenie aukcji zapraszając **1 Dostawcę** (jeśli nie jest to rynek monopolistyczny, a także Dostawca nie posiada informacji zwrotnej o tym, że złożył jako jedyny ofertę.

Czas trwania

Ustalenie odpowiedniego terminu aukcji, pasującego wszystkim biorącym udział Dostawcom. Określenie czasu trwania aukcji – **czasu podstawowego** oraz **dogrywek**.

Najlepszą praktyką jest: ustawienie czasu podstawowego na **maksymalnie 30 minut**.

Wyjątek: wydłużony czas trwania aukcji w przypadku dużej pracochłonności przeliczenia kolejnej oferty lub konieczności uzyskania zgód koniecznych w procesie decyzyjnym Dostawcy.

Nie ustawiaj czasu podstawowego aukcji na dłużej niż 30 minut, ponieważ ustawione **dogrywki** automatycznie wydłużają aukcję. Zbyt długi czas trwania aukcji może zniechęcić Dostawców do składania oferty.

JAK SKONFIGUROWAĆ PARAMETRY AUKCJI?

Cena otwarcia

Kwota, która określa wartość rozpoczynającą aukcję. Odpowiednio dopasowana i określona cena otwarcia pozwala zabezpieczyć się przed **dwoma ryzykami:**

Jeśli cena otwarcia **nie została ustalona**, to pojawia się **duże ryzyko pogorszenia oferty składanej przed Dostawców** w stosunku do oferty w zapytaniu.

Jeżeli cena otwarcia **jest ustalona jako najniższa z ofert,** to pojawia się **ryzyko, że kilku Dostawców może nie złożyć żadnej oferty** – nie będą mogli tak drastycznie obniżyć swoich cen.

Najlepszą praktyką jest konfiguracja: **cena otwarcia = cena z odpowiedzi na zapytanie ofertowe** – cena otwarcia powinna być indywidualna dla każdego Dostawcy.

Widok Dostawców w aukcji

Systemy zakupowe zwykle umożliwiają wybór parametru dotyczącego widoku danych dla Dostawców, którzy biorą udział w aukcji. Są to na przykład:

1. **Wartość oferty wygrywającej** na daną chwilę
2. **Miejsce w rankingu** dla łącznej oferty danego Dostawcy
3. **Miejsce w rankingu na danym przedmiocie licytacji**
4. **Liczba Dostawców** biorących udział w aukcji
5. **Wartości ofert** innych Dostawców

Najlepsza praktyka: jeżeli jest **jeden licytowany przedmiot aukcji**, to zaleca się udostępnienie miejsca w rankingu dla łącznej oferty Dostawcy.

Jeżeli jest **więcej licytowanych przedmiotów**, to zaleca się konfigurację **widoku miejsca w rankingu na danym przedmiocie licytacji**. Wynika to z tego, że Dostawca nie będący na 1 pozycji dla wszystkich licytowanych przedmiotów, nie ma pewności, że jego łączna oferta wygrywa. Ma zatem większą motywację do poprawy ceny na produktach, na których zajmuje dalsze pozycje.

Nie zaleca się pokazywania wartości oferty wygrywającej. Każdy kupiec powinien zastanowić się, czy chce udostępnić informację o cenie, po której ostatecznie dokona zakupu. Dodatkowo, pojawia się ryzyko, że ta informacja może demotywować Dostawców do składania niższych ofert (jeśli cena wygrywająca znacznie przekracza możliwości danego Dostawcy, to może on uznać, że nie warto brać udziału w aukcji).

JAK SKONFIGUROWAĆ PARAMETRY AUKCJI?

Minimalne postąpienie

Minimalne postąpienie pozwala określić wartość, o którą Dostawca musi obniżyć ofertę, aby była zaakceptowana przez system. Wartość może być wyrażona kwotowo lub procentowo w zależności od funkcjonalności systemu zakupowego.

Przykład 1.: **ustawiona wartość minimalnego postąpienia wynosi 100 zł**. System wymaga złożenie oferty w stosunku **do najlepszej złożonej oferty.**

- **Bid 1**: Dostawca 1 składa ofertę w aukcji o wartości **10 000 zł**
- **Bid 2:** Dostawca 2 składa ofertę w aukcji o wartości **9 500 zł**
- **Bid 3:** Dostawca 1 reaguje na złożoną ofertę konkurenta i składa ofertę **nie niższą niż 9 400 zł** (minimalne postąpienie 100 zł).

Przykład 2.: **ustawiona wartość minimalnego postąpienia wynosi 100 zł**. System wymaga złożenie oferty w stosunku do **najlepszej oferty danego Dostawcy.**

- **Bid 1**: Dostawca 1 składa ofertę w aukcji o wartości **10 000 zł**
- **Bid 2:** Dostawca 2 składa ofertę w aukcji o wartości **9 500 zł**
- **Bid 3:** Dostawca 1 reaguje na złożoną ofertę konkurenta i składa ofertę **nie niższą niż 9 900 zł** (minimalne postąpienie 100 zł).

Najlepsza praktyka: ustawienie kwotowe w przedziale 0.25% – 0,5% ceny początkowej – rekomenduję ustawienie wartości bazując na marży Dostawcy, jeśli jest wysoka (np. usługi)- wartość powinna być zbliżona do 0,5%, a jeśli niska (np. sprzęt IT) – powinna być zbliżona do 0,25%. Taki parametr pozwala na to, aby składane oferty nie stanowiły bariery psychologicznej – redukujemy cenę małymi krokami i „wciągamy" tym samym Dostawcę do licytacji.

Jeżeli minimalne postąpienie jest **zbyt niskie,** to pojawia się **ryzyko znacznego wydłużenia się czasu trwania aukcji** przy konfiguracji nieskończonej liczby dogrywek (np. dla postępowania o wartości 100 000 zł ustawienie minimalnego postąpienia wynosi 0,01 zł).

Jeżeli minimalne postąpienie **jest zbyt wysokie,** to pojawia się **ryzyko, że Dostawcy zakończą udział w licytacji**, pomimo możliwości obniżenia swojej oferty (np. minimalne postąpienie wynosi 5 000 zł, a Dostawca może obniżyć ofertę maksymalnie o 2 500 zł)

JAK SKONFIGUROWAĆ PARAMETRY AUKCJI?

Dogrywki

Systemy zakupowe pozwalają na ustawienie parametru dogrywek. Na czym polegają? Jest to **automatyczne wydłużenie aukcji**, zazwyczaj o kilka minut w przypadku złożenia oferty w końcowym czasie aukcji. **Ma na celu wyeliminowanie wygrywających ofert składanych w ostatnich sekundach aukcji bez możliwości złożenia kontroferty przez pozostałych Dostawców**. Każda dogrywka to niższa cena dla Kupca

W jaki sposób działają dogrywki? **Przykład:** „Jeżeli w ostatnich [x] minutach aukcji zostanie złożona jakakolwiek oferta, aukcja zostanie przedłużona o kolejnych [x] minut"

Najlepsza praktyka: ustawienie **nielimitowanej liczby dogrywek** o czasie trwania: **3 minuty,** które są automatycznie rozpoczynane, jeśli oferta zostanie złożona w ciągu ostatnich 3 minut aukcji.

Jeżeli złożenie kolejnej oferty jest czasochłonne (rozbudowany formularz cenowy lub wymaga dodatkowych ustaleń po stronie Dostawcy), to czas dogrywki **może być wydłużony do 5 minut.**

Nie zaleca się ustawienia czasu dogrywek na więcej niż 5 minut, ponieważ znacznie wydłuża to czas trwania całej aukcji i może zniechęcić Dostawców do aktywnego uczestniczenia w niej.

Konsultacje z ekspertem

Jeśli zastanawiasz się nad przeprowadzeniem aukcji elektronicznej w Twojej firmie, to skontaktuj się z naszym Ekspertem! Pomożemy Ci przygotować się do aukcji, ustawić najlepsze parametry aukcji, wybrać zwycięzcę oraz wiele więcej.

UMÓW SIĘ

ROZDZIAŁ V

Aukcje w praktyce! Case study

Teoria za Tobą! Teraz nadszedł odpowiedni czas na to, aby przekonać się o realnych korzyściach, które generują aukcje elektroniczne. Nie ma lepszego sposobu niż analiza zrealizowanych negocjacji. W tym rozdziale przedstawiamy scenariusze i rezultaty.

1. Zakup energii elektrycznej

Opis scenariusza:

Firma ZYX Sp. z o.o. posiada **kilka zakładów produkcyjnych.** Roczne zużycie prądu jest na poziomie **10 000 MWh.** Firma rozpoczęła proces przygotowania do negocjacji cen od wysłania do grupy Dostawców zapytania o cenę. W wyniku przeprowadzonego zapytania firma otrzymała oferty cenowe od **5 Dostawców**. Wyniki przedstawione są w tabeli poniżej*:

Przedmiot	Ilość	Nazwa Dostawcy				
		Dostawca 1	Dostawca 2	Dostawca 3	Dostawca 4	Dostawca 5
Energia elektryczna Czynna	10 000,00 MWh	217,30 PLN	217,80 PLN	218,20 PLN	219,20 PLN	220,20 PLN

**Prezentowane dane bazują na realnym przykładzie, jednak Dostawcy, wartości ofert i przedmiot zakupu zostały przedstawione anonimowo.*

W wyniku dokonanych analiz ofert, firma ZYX Sp. z o.o. stwierdziła, że posiadając odpowiednie zaplecze techniczne, **chce negocjować ceny z użyciem aukcji elektronicznej.** W związku z tym, najlepszym wyborem była: **aukcja angielska klasyczna.** Dlaczego? Rynek energii elektrycznej jest **konkurencyjny,** co oznacza, że jest na nim **wielu Dostawców oferujących zbliżone ceny** (potwierdziły to zebrane oferty z rynku). Aukcja angielska charakteryzuje się tym, że Dostawcy składają coraz niższe oferty kupna. W tym przypadku otwierała ona duże możliwości wygenerowania oszczędności.

Jeszcze przed rozpoczęciem aukcji Firma ZYX zdecydowała o **widocznym rankingu ofert**. Spowodowało to, że **WSZYSCY DOSTAWCY wiedzieli, jak ich oferta pozycjonowała się na tle innych ofert Dostawców.** Obrazuje to poniższa tabela:

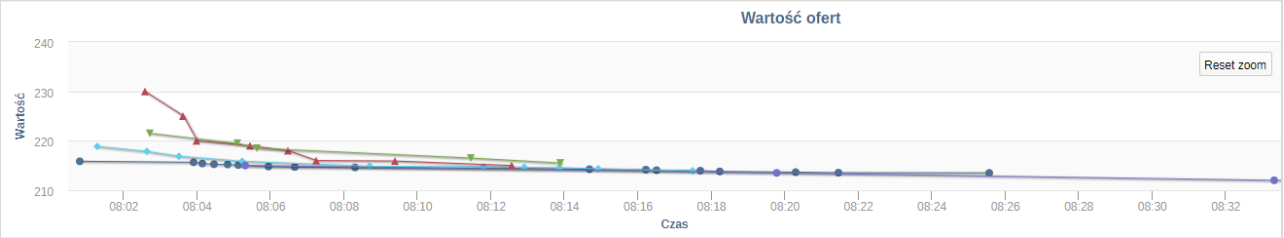
Przedmiot	Ilość	Nazwa Dostawcy				
		Dostawca 1	Dostawca 2	Dostawca 3	Dostawca 4	Dostawca 5
Energia elektryczna Czynna	10 000,00 MWh	217,30 PLN	217,80 PLN	218,20 PLN	219,20 PLN	220,20 PLN
	Ranking oferty	1	2	3	4	5

Dostawca 1 – miał świadomość, że jego oferta wygrywa.
Dostawca 2 – mógł wnioskować, że w aukcji bierze udział co najmniej 2 dostawców
Dostawca 3 – mógł wnioskować, że w aukcji bierze udział co najmniej 3 dostawców
Dostawca 4 – mógł wnioskować, że w aukcji bierze udział co najmniej 4 dostawców
Dostawca 5 – mógł wnioskować, że w aukcji bierze udział co najmniej 5 dostawców

Parametry aukcji

Dostawcy: 5 firm
Czas trwania: 20 minut czasu podstawowego
Dogrywki: 999 (nielimitowane) – po 5 minut
Widok Dostawców: Miejsce w rankingu dla danego Dostawcy oraz pozostały czas do zakończenia aukcji

Przebieg aukcji



Zrzut ekranu z przebiegu aukcji w systemie zakupowym NextBuy

Czas trwania: 40 minut (20 minut czasu podstawowego + 4 dogrywki po 5 minut)
Oszczędności: 4,21% (w stosunku do najlepszej oferty sprzed aukcji)

2. Zakup obudów aluminiowych

Opis scenariusza:

Firma XYZ Sp. z o.o. jest **producentem urządzeń pomiarowych**. Do produkcji urządzeń wykorzystywana jest obudowa aluminiowa. Firma rozpoczęła proces przygotowania do negocjacji cen od wysłania do grupy Dostawców **zapytania o cenę**. W wyniku przeprowadzonego zapytania firma otrzymała ofertę od **2 Dostawców**, którzy byli w stanie spełnić **oczekiwania jakościowe i techniczne firmy.**

Przedmiot	Ilość	Nazwa Dostawcy	
		Dostawca 1	Dostawca 2
Obudowa aluminiowa	10 000,00	450,30 PLN	520,80 PLN

**Prezentowane dane bazują na realnym przykładzie, jednak Dostawcy, wartości ofert i przedmiot zakupu zostały przedstawione anonimowo.*

AUKCJE W PRAKTYCE! CASE STUDY

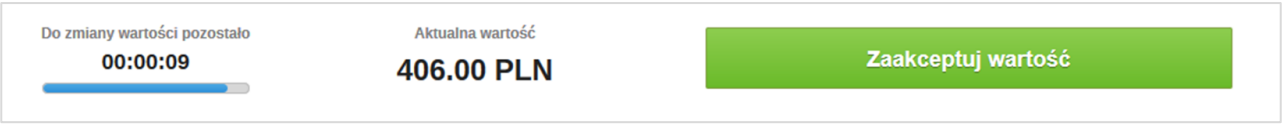
Opis scenariusza

Po przeanalizowaniu zebranych ofert z rynku, firma XYZ Sp. z o.o. zdecydowała o **przeprowadzeniu aukcji elektronicznej**. W związku z ofertami Dostawców, najlepszym wyborem była: **aukcja holenderska**. Dlaczego? Zebrane **oferty znacząco od siebie odbiegały kwotowo**. Pojawiło się ryzyko, że w razie przeprowadzenia aukcji angielskiej, Dostawca 2 nie podejmie rywalizacji i aukcja zakończy się niepowodzeniem. Aukcja holenderska charakteryzuje się tym, że kończy się z chwilą zaakceptowania zmieniającej się ceny przez jednego Dostawcę.

Parametry aukcji

Dostawcy: 2 firmy
Cena otwarcia: wartością wyjściową w aukcji była kwota **400 PLN** (obniżono o ponad 10% w stosunku do złożonej najlepszej oferty
Czas trwania: cena zmieniała się co **10 sekund** o wartość **1 PLN**
Widok Dostawców: odliczanie zegara, aktualny poziom ceny oraz przycisk akceptacji
W wyniku konfiguracji Dostawcy wiedzieli, że: Dostawca, który jako pierwszy zaakceptuje prezentowany poziom ceny, kończy aukcję i ją wygrywa oraz aukcja zakończy się z chwilą złożenia pierwszej oferty lub upłynięciem czasu aukcji.

Przebieg aukcji



Zrzut ekranu z przebiegu aukcji w systemie zakupowym NextBuy

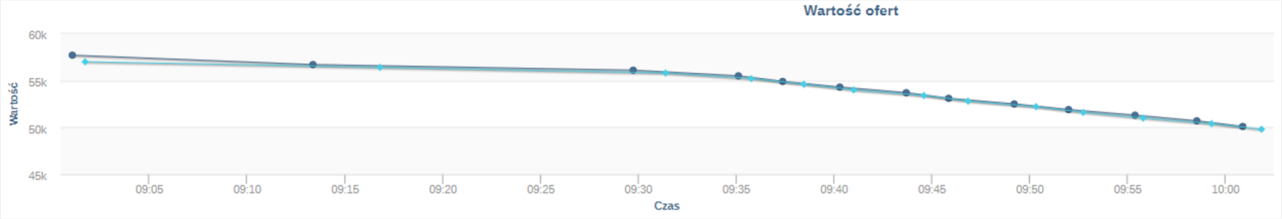
Czas trwania: 4 minuty
Liczba postąpień: 23
Wartość zaakceptowanej oferty: 424,00 PLN
Oszczędności: 5,84% (w stosunku do najlepszej oferty sprzed aukcji)

3. Inne case study zakupów z wykorzystaniem aukcji

Zakup surowców do produkcji

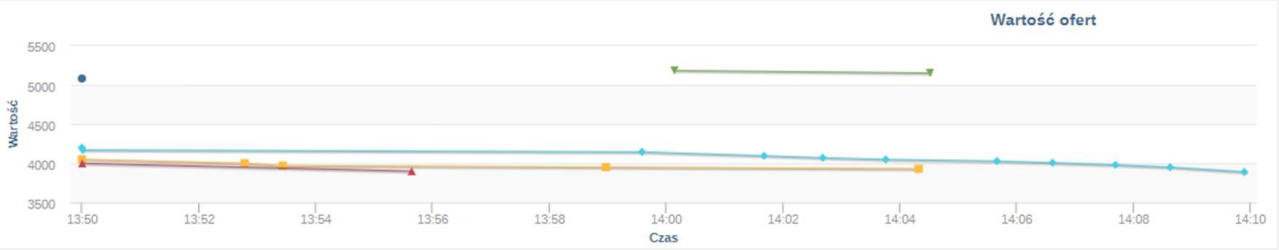
Liczba Dostawców: 2 firmy
Czas trwania: 15 minut (czasu podstawowego)
Oszczędności: 3,52% (w stosunku do najlepszej oferty sprzed aukcji)

Zakup artykułów spożywczych



Liczba Dostawców: 2 firmy
Czas trwania: 66 minut (30 minut czasu podstawowego + 12 dogrywek)
Oszczędności: 12,63% (w stosunku do najlepszej oferty sprzed aukcji)

Zakup usług transportowych



Liczba Dostawców: 4 firmy
Czas trwania: 20 minut (czasu podstawowego)
Oszczędności: 2,75% (w stosunku do najlepszej oferty sprzed aukcji)

Chcesz zobaczyć, jak wygląda aukcja elektroniczna na żywo?
Umów się na bezpłatne demo i wypróbuj nasz system!

ZOBACZ DEMO

Chcesz przeczytać więcej?
Zajrzyj na naszego *BLOGA*, na którym regularnie
dzielimy się wiedzą ekspercką

Opracowanie:

Damian Czernik *Weronika Cieślicka*