

Online 'datingsite' Bobex.be brengt klanten en leveranciers samen

"EFFICIËNTIE EN OPENHEID overtuigen steeds meer gebruikers"

Wie 'e-commerce' zegt, denkt daarbij veelal meteen aan een eigen webwinkel. Maar er bestaan ook andere, complementaire manieren om vraag en aanbod van goederen en diensten via het web samen te brengen. Zo doen vandaag al 32.000 Belgische KMO's (10 % van de markt) aan 'e-commerce' via www.bobex.be, een online handelsplaats waar leveranciers en kandidaat-afnemers elkaar vinden. Z.O. magazine sprak met oprichter-zaakvoerder Jean-Louis Van Marcke over de mogelijkheden en beperkingen van online marktplaatsen, en over de voordelen die KMO's er kunnen uit halen.

Bobex is één van de weinige Belgische internetbedrijven die internationaal kon doorgroeien. Van waar komt het idee? Hoe werkt het?

Jean-Louis Van Marcke (Bobex): "We hebben Bobex zeven jaar geleden opgestart vertrekkende van een eenvoudig idee. Laten we een marktplaats bouwen waarop bedrijven elkaar efficiënt kunnen ontmoeten en zaken doen. Uit eigen ervaring merkten we dat heel wat ondernemers zich de vraag stelden waar ze snel de juiste leverancier konden vinden, voornamelijk voor niet-aldaagse inkopen. Stel, u bent op zoek naar een informaticabedrijf. U surft naar de site (www.bobex.be), u legt éénmaal uit wat u zoekt, en wij zorgen ervoor dat (na een kwaliteitscontrole) de gepaste leveranciers verwittigd worden. Indien geïnteresseerd, maken zij online hun offertes op. U bekijkt de verschillende voorstellen en de profielen van de leveranciers op de site, u vergelijkt de aanbiedingen, onderhandelt met de leveranciers en maakt een keuze."

Met uw oorspronkelijke, Belgische versie van Bobex, legt u zich expliciet toe op de binnenlandse markt. Ook de later gelanceerde Nederlandse, Britse en Franse versie richten zich vrij nadrukkelijk tot het eigen, nationale marktgebied. Waarom kiest u niet voor één groot internationaal platform, waar ondernemers leren grensoverschrijdend zaken te doen?

Jean-Louis Van Marcke: "Omdat ik vooral geloof in een 'locale' benadering. Bedenk dat het hier niet gaat om een gespecialiseerde 'verticale' beurs voor de aankoop van bijvoorbeeld grondstoffen, die uiteraard internationaal functi-

oneert. Ons handelsplatform richt zich op de niet-strategische aankopen. Zeg maar zaken die je niet elke dag inkoopt, zoals drukwerk, informatica of relatiegeschenken. Dit zijn typische aankopen waarvoor het locale aspect en proximitéit belangrijk zijn, en waar vooral de KMO's de hoofdrol spelen. Bobex.be is een 'datingsite', brengt de partijen samen, waarna die gewoon verder onderling afspreken. Uiteraard verruimt ons online platform de actieradius van vragers en aanbieders. Maar er zijn grenzen. Een ondernemer die een leverancier via Bobex heeft leren kennen, zal die toch nog vaak persoonlijk willen ontmoeten alvorens ermee in zee te gaan. Het gaat ook vaak niet om standaard producten, maar om diensten, die aangepast moeten worden aan de specifieke (locale) noden van de klant. Wanneer een product ergens moet worden geleverd of gehaald, is ook de afstand (en dus de vervoerskost) een belangrijke factor. Om nog maar te zwijgen over de taal. Maar uiteraard staat het iedereen vrij zich als leverancier op onze buitenlandse Bobex-platforms te registreren of er als kandidaat-afnemer een offerteaanvraag in te dienen."

Biedt zo'n online vraag- en aanbodplatform wel voldoende meerwaarde ten opzichte van de traditionele online adressenregisters? Met nauwelijks 10 % van het aantal Belgische KMO's op uw site is uw aanbod overigens verre van 'representatief'. Enkel geregistreerde (betalende) leveranciers kunnen op de offertes intekenen.

Jean-Louis Van Marcke: "De toegevoegde waarde voor de KMO is dat ze in plaats van één per één verschillende aanbieders te moeten zoeken en telkens geduldig uit te leggen wat ze wensen, zij nu in één keer verschillende geïnteresseerde aanbieders kunnen contacteren. Uiteraard contacteren wij niet alle mogelijke leveranciers, maar filteren wij deze op basis van de specifieke behoefte van de klant. De leveranciers kiezen zelf op welke offerte-aanvragen ze ingaan, in functie van hun agenda en voorkeuren. Afnemers kunnen na iedere transactie hun ervaringen met de betrokken leverancier online zetten en daar een specifieke evaluatiescore aan toekennen, die dan door andere bezoekers kan worden geraadpleegd. Die externe feedback voedt het vertrouwen van andere (nieuwe) gebruikers en stimuleert de verdere groei."

Waarom zou een kandidaat-afnemer online een offerte-aanvraag indienen voor een product of dienst waarvan hij ook in zijn onmiddellijke omgeving aanbieders tegenkomt?

Jean-Louis Van Marcke: "Het voordeel van ons platform speelt het sterkst in gefragmenteerde sectoren, met veel vragers en veel aanbieders. Klanten zien dan vaak het bos door de bomen niet meer, hebben geen idee van de prijs voor hetgeen ze zoeken, en willen liefst niet teveel tijd verliezen aan het opragen van offertes bij verschillende spelers. Het online indienen van een offerte-aanvraag is dan de ideale oplossing."



Jean-Louis Van Marcke (Bobex.be): "Ik geloof heel sterk in een 'locale' benadering. Een ondernemer die een leverancier via Bobex heeft leren kennen, zal die toch nog vaak persoonlijk willen ontmoeten alvorens ermee in zee te gaan. (Foto Dann)

De drukkerijsector, met zijn zeer groot aantal bedrijven, vormt hier een sprekend voorbeeld. Een online offerte-aanvraag schept ook de ideale 'afstand' om als afnemer aanvankelijk iets rustiger te kunnen selecteren. Zeg als lokale KMO maar eens 'nee' tegen de misschien minder interessante offerte van een naburige leverancier."

Dus vooral leveranciers in gefragmenteerde sectoren hebben baat bij online registratie op Bobex?

Jean-Louis Van Marcke: "Of leveranciers van heel specifieke goederen en diensten. Onlangs was een bedrijf op zoek naar een heel bijzonder type gadgets dat het nergens op de markt kon vinden. Via het Bobex netwerk kwam het in contact met een leverancier die ze zonder ons wellicht nooit gevonden zou hebben."

Kan u al die geregistreerde leveranciers wel voldoende en kwalitatieve offertes garanderen?

Jean-Louis Van Marcke: "Bobex genereert intussen een mooie kritische massa, die we uiteraard nog verder willen zien groeien. Een zeer belangrijke troef in onze relatie naar leveranciers is onze openheid. Leveranciers kunnen geheel gratis de essentie volgen van de offerte-aanvragen die al dan niet op ons platform worden ingediend. Op basis daarvan kunnen ze dan bepalen of het voor hen al dan niet de moeite loont om zich formeel te registreren en in te gaan op de offerte-aanvragen die zich aandienen. Eenmaal geabonneerd zorgen we er ook voor dat de betrokken leveranciers hoog scoren in de zoekrobots. Verder timmeren we doorlopend aan de optimale promotie van onze site, via partnerships met, onder meer, UNIZO. Het groot aantal leveranciers dat ieder jaar spontaan zijn abonnement hernieuwt, bewijst dat we goed bezig zijn en dat bedrijven ons vertrouwen."

Waarom heeft u Bobex na enkele jaren ook in Nederland, Groot-Brittannië en Frankrijk geïntroduceerd?

Jean-Louis Van Marcke: "Wij zijn Bobex gestart met België als testmarkt: als het hier lukt, moet het in andere landen lukken. Als je eenmaal de technologie in huis hebt en weet hoe je een dergelijk platform moet beheren en vooral moet promoten in een ingewikkelde markt als België, is het relatief makkelijk en goedkoop om dat ook in andere landen te lanceren, zeker wanneer je via een franchisingformule kan werken en je partner voor het genereren van de nodige content instaat. Op die manier verruimen we onze omzet en creëren we een bredere basis voor het ontwikkelen van nieuwe webtoepassingen voor de toekomst. Toepassingen die (vooral) ook de Belgische Bobex marktplaats ten goede zullen komen en waarmee we onze leiderspositie op de thuismarkt veilig willen stellen."

Tip: UNIZO-leden die zich als leverancier willen registreren op Bobex.be krijgen 30 % korting! Surf naar "Ledenvoordelen" op www.unizo.be voor meer details.

