

UČÍME FIRMY, ŽE NA LOGISTICE MOHOU UŠETŘIT VELKÉ PENÍZE A NAJDOU PŘEPRAVCE PRAKTICKY NA COKOLIV

Platforma TIMOCOM je v podstatě elektronické tržiště, kde na jedné straně jsou speditéři a dopravci a na druhé straně jejich zákazníci z řad výrobních podniků a obchodních firem. Přístup k tomuto tržišti přináší uživatelům velké výhody zejména v úspoře financí a času. „Je toho ale daleko víc. Když přijde krize, a ta je poslední roky pořád, je TIMOCOM právě tím, co může firmy dostat z nepříjemné situace,“ říká v následujícím rozhovoru vedoucí obchodního týmu pro oblast České republiky a Slovenska Radovan Tišer.

Jak vlastně funguje platforma TIMOCOM? TIMOCOM je systém, kde se setkávají dopravci a speditéři s výrobními a průmyslovými firmami. Základní koncept je takový, že firmy do systému zadají poptávku, tedy že něco potřebují někam dovézt, a na ni reagují spedice a dopravci. Náklad je samozřejmě možné pojistit nebo vytvořit vlastní výběrové řízení na stálou přepravu. Platforma umožňuje komunikaci přímo s přepravci přes objednávkový systém. Jeho výhodou je, že automaticky všechno překládá. Pokud například komunikujete s polským přepravcem, formulář

objednávky se automaticky přeloží do polštiny. Systém umí i mnoho dalších nadstavbových funkcionalit, jako jsou uzavřené skupiny, nebo napojení do firemních ERP systémů přes rozhraní, pokud je potřeba.

Jak prověřujete dopravce, které do systému pouštíte?

Všichni přepravci jsou prověřeni dle různých kritérií a prověřování je opravdu důkladné. Jakýkoliv problém v oblasti bezpečnosti by naboural důvěru klientů, to rozhodně nechceme připustit.

Proč by měl dát někdo přednost vaší platformě před klasickým postupem, kdy prostě osloví jednoho přepravce a s tím uzavře smlouvu?

Zkusím vám to vysvětlit. V logistice existují v podstatě tři stavy. První nastává většinou kolem Vánoc, kdy nejsou na trhu žádné volné přepravní kapacity. S tím se firmy potýkají od října až do konce Vánoc. Když už někdo přepravce najde, tak ten má velmi vysoké ceny, protože si je vědom, jaká je situace na trhu. Opakem je stav druhý, kdy volných přepravních kapacit je mnoho. K tomu dochází v době útlumu. Nijak se to ovšem nepromítá do cen. Firmy si tedy přepravu sice mohou objednat, ale za vysoké ceny, které nezohledňují reálný stav. Přitom by každý chtěl přepravovat levněji.

Třetí stav je vyvážený, kdy není převis nabídky ani poptávky. My v každé z těchto tří fází přinášíme zákazníkovi výhodu. Naši zákazníci získávají spotové ceny, nejsou vázáni žádnými ceníky, mohou si vybírat z tisíců firem a tím snižují své náklady. V našem systému je více než 53 000 logistických společností z celé Evropy, které mohou nabídnout nějakou přepravní kapacitu. Zákazník má přístup k tomuto rozsáhlému trhu a může s ním pracovat. Získává tím ohromné možnosti, stačí jen lehce upravit způsob myšlení.

Má váš systém nějaké limity třeba co do velikosti nebo objemu zakázek?

Limity žádné nejsou. I pokud bude klient poptávat nějakou speciální zakázku, například přepravu obrovské turbíny, tak mu systém přepravce najde. Nebude jich nejspíš mnoho, ale najdou se a jemu odpadne pracné hledání. Samozřejmě klient tomu může jít naproti, protože náš systém umožnu-

je aktivní správu pomocí filtrů. Uživatel dokáže sám vyfiltrovat společnosti, které se specializují v tomto případě na nadměrné náklady, a může je přes systém aktivně oslovit. Nebo může vyhlásit tendr, do kterého se mu firmy přihlásí.

Možností je více. A nemusí to být jen nadměrné náklady, ale různé specifické přepravy, jako jsou chemikálie, zvířata, přepravy, pro které je nutná certifikace. Vše lze v systému nastavit.

Co bezpečnost a robustnost systému, nebojíte se hackerských útoků nebo toho, že se systém jednoho dne přetíží a „spadne“?

Bezpečnost je pro nás samozřejmě zcela zásadní věc. Máme do systému připojeno přes 150 tisíc lidí, kteří jsou v něm aktivní. Musí být proto odolný proti výpadku. Systém proto běží na několika dedikovaných serverech, všechno se zálohuje, takže k celkovému výpadku dojít nemůže. Kdyby se někdo pokusil o DDoS útok, tak se to celé přeloží a data se budou brát z jiného zdroje.

Pracujete na vývoji dalších funkcionalit?

Vývoj probíhá neustále, nyní zejména v oblasti Shipment Trackingu. My v reálném čase již vidíme, kde se zásilka nachází. Dále proto pracujeme na detailech, jako je statusování, aby nám systém řekl, že náklad je například vyložen. Vidíme další možnosti, co do aplikace přidat a intenzivně na tom pracujeme. Je potřeba říct, že systém je čím dál sofistikovanější a má už nyní spoustu nadstaveb. Záleží, co který uživatel potřebuje.

Jaké poplatky si účtujete a co si vlastně u vás klient kupuje?

My si za používání softwaru bereme transparentní poplatky. Jeho cena se neodvíjí od objemu zakázek nebo množství objednávek. Prostě si koupíte konkrétní balíček, který zahrnuje určité funkcionality systému. Je to v podstatě licence jako na jakýkoliv jiný software. Není to tak, že bychom si brali něco z každé zakázky. Jsme naprosto transparentní, každý si může spočítat, kolik ho to bude stát. Nový zákazník dostává na začátku k dispozici plnou verzi programu na čtyři týdny bezplatně, aby si vše vyzkoušel. Je to opravdu zdarma a vše je plně funkční. Teprve po těchto čtyřech týdnech s klientem ladíme, jaký balíček je pro něj vhodný a které funkcionality nejvíce využije.

Jak se vám dařilo v době covidu? To byla doba, kdy stála výroba i logistika, to pro vás muselo být těžké, nebo se mylím?

My jsme specifictí v tom, že nám se daří právě ve chvíli, kdy se ostatním nedaří. Máte pravdu, že v covidu se vše zastavilo a utlumila se jakákoliv přeprava. My jsme měli na naší straně dopravce, kteří hledali jakoukoliv práci, brali úplně cokoliv. Náš systém byl jeden z mála, který jim stabilně generoval zakázky i v takto těžké době. Po covidu mnoho dopravních firem zkrachovalo nebo omezilo své vozové kapacity. Z Evropy zmizelo téměř 30 procent přepravních kapacit. Jenže když ekonomika začala nabíhat, tak přepravní kapacita chyběla. Podniky měly problém sehnat přepravce a opět jim v tom výrazně pomáhala naše platforma. My jsme jim uměli najít kapacity a propojovali jsme je s přepravními společnostmi. Svou roli jsme si našli v obou případech, v nedostatku i přebytku dopravních kapacit.

Je nějaké specifikum na českém trhu, kterým se Češi odlišují od ostatních zemí v Evropě?

Je tu jedno specifikum, které je velmi markantní. U nás se sice hodně mluví o průmyslu 4.0, ale prakticky nikdo v tom nic nedělá. Na západě je obrovská chuť a snaha digitalizovat, mají nastavené strategie a investují do toho velké prostředky. V České republice to zatím příliš nevidíme, tady se o tom mluví na konferencích nebo v propagačních materiálech, ale reálně se v tom dělá strašně málo. Možná se toho firmy bojí a neví, jak to uchopit, nebo je to pro ně příliš velká investice, těžko říct. Samozřejmě neplatí to u všech, ale většinový trend je bohužel takový, že převládá to rigidní myšlení.

Firma raději koupí další tři frézy a jeden lis, než aby uvažovali o nějakém novém softwaru nebo aplikaci. V logistice jsou firmy u nás zkrátka zvyklé si najmout jednoho přepravce, uzavřít s ním jednu dlouhodobou smlouvu a v rámci ní pak fungovat. To se nemění často celé roky a stále pracují s jedním partnerem. My se jim snažíme vysvětlit, že v logistice jsou i jiné cesty, a zejména jim říkáme, že na logistice se dá ušetřit spousty peněz, pokud se naučí trošku jinak přemýšlet.

