

eMarket Services hace más sencillo el uso de los mercados electrónicos para los negocios internacionales

JOSEP ALBERTI, CREADOR DE GRERA, EL LLAMADO FACEBOOK PARA PYMES: "LO SOCIAL HA CAMBIADO EL MUNDO DE LOS NEGOCIOS"

Por Inés Ramírez Nicolás
eMarket Services Spain

www.emarketservices.es

Diciembre 2011

Entrevista

Josep Alberti es el creador del llamado Facebook para empresas, una plataforma que une oferta y demanda y que pretende convertirse en una herramienta básica y de uso diario para cualquier empresa que desee hacer negocios online, ya que ha sido programada sólo para ofrecer oportunidades de negocio a sus empresas registradas.



Foto: Jordi Cabanas de EixProfessional

eMarket Services: ¿Cómo y cuándo surge la idea de combinar un mercado electrónico con una red social?

Josep Alberti: A raíz de mi profesión, formador de marketing digital para pymes, me doy cuenta de que las grandes redes no estaban pensadas para las relaciones de negocio entre empresas. Tampoco redes como LinkedIn, que están pensadas para relacionar personas dentro del entorno de los negocios.

Viendo entonces el nicho de mercado y en especial la necesidad que tienen las pymes de tener una red propia, con funciones propias y pensadas para hacer negocio, nació grera.net, con el objetivo principal de proporcionar oportunidades de negocio (entendiéndolo como vender mas, pero también comprar mejor), y a todas las empresas que se registraran.

¿A qué tipo de empresas está destinada esta red social B2B?

En grera.net tiene cabida todo tipo de empresas, desde las mas grandes, hasta el emprendedor autónomo o profesional. Aún así, a quienes damos mayor valor es evidentemente a las pymes, micropymes y autónomos / profesionales.

También tenemos lo que llamamos colectivos, que son todas las entidades de promoción económica, ya sean públicas o privadas (ayuntamientos, gremios, patronales, etc...), a quienes les damos la oportunidad de interactuar con sus empresas asociadas mediante alguna función específica como la de los grupos, eventos o formación.

¿Qué funcionalidades pone a disposición de las compañías para comerciar?

Las dos mas destacadas son las de ofertas y demandas.

La de ofertas permite a toda empresa registrada colgar de forma totalmente gratuita una oferta. Esto ya le da un valor a la empresa que la cuelga, ya que obtendrá un alto posicionamiento en los buscadores, pero es que además, la empresa podrá enviar esta oferta de forma totalmente segmentada a otras empresas, vía correo electrónico, que recibirán su oferta en la bandeja de entrada. Tenemos ya bastantes casos de éxito gracias a esta funcionalidad de entre las más de 1.300 ofertas que se han colgado.

La otra función estrella es el poder pedir presupuesto de cualquier producto o servicio, de forma también gratuita, a varias empresas a la vez. En tan solo 1 minuto como máximo, una empresa debe rellenar el producto a comprar y su descripción, y la herramienta busca automáticamente empresas que puedan ofrecer ese producto/servicio y les manda un correo electrónico (a modo de alerta), ofreciéndoles la posibilidad de contactar con la empresa demandante. También con esta función tenemos ya bastantes casos de éxito.

A parte de esto la herramienta se complementa con otras muchas funcionalidades que ayudan a las empresas a hacer negocio.

¿Cuáles serían las principales ventajas para las empresas compradoras? ¿Y vendedoras?

Para las compradoras ofrecerles una herramienta totalmente gratuita, que en tan solo 30 segundos o máximo 1 minuto, pueden hacer una demanda de un producto y servicio, y luego esperar a que le lleguen propuestas de las empresas registradas.

En cuanto a las vendedoras, una herramienta que podríamos llamar la versión moderna de las bases de datos de cámaras de comercio o parecidas, en las que sólo te venden un listado, sin el email (puesto que no sería legal), con la que deberían trabajar para filtrar, etc... y luego escribir un email y enviarlo. En cambio en grera, sólo debes preocuparte de escribir tu oferta y hacer una selección de empresas. La herramienta realiza todo el resto del proceso: maquetación y envío del email a las empresas con la segmentación requerida.

Y en ambos casos añadir que estar en el portal potencia el posicionamiento en los buscadores, por lo que pueden llegar ofertas/demandas de otras empresas no registradas en la red.

Otra ventaja para ambos es que toda información del portal, podrá ser viralizada de forma muy fácil a través de Facebook, Twitter y LinkedIn, con lo que las oportunidades de éxito serán muy altas.

¿Cómo ha sido el crecimiento de la plataforma desde su creación?

Creemos que estamos dando pasos de gigante cada día. En la parte técnica decir que una plataforma como grera.net requiere muchísimas horas de programación y estamos muy orgullosos de haber llegado donde estamos, aunque evidentemente nos quede mucho camino por recorrer.

En cuanto a la parte de negocio hemos conseguido tener una BBDD de 4000 empresas en sólo un año y sin tener demasiada capacidad ni recursos comerciales. Esta cifra se tiene que ver notablemente incrementada este año 2012 con los acuerdos a los que hemos llegado y que esperamos poner en marcha de cara a primeros de año.

Hacer mención en este punto, que hemos preferido la calidad a la cantidad. Es decir, hemos preferido tener una herramienta sólida, preocupándonos menos de la cantidad de empresas, y verificar que realmente son empresas, en lugar de tener un número alto de ellas y que luego los perfiles estén vacíos o con información falsa, como ocurre en otros directorios.

Y desde septiembre de 2011 además, estamos ya facturando a través de las 4 líneas de negocio previstas, cosa que nos da cierta tranquilidad de hacer bien las cosas.

Poco a poco grera ha ido abriéndose a otros mercados ¿qué otros países están presentes?

De forma "seria" sólo en Chile, donde tenemos un partner con quien estamos trabajando para tener un modelo de internacionalización que luego nos permita entrar en otros mercados más fácilmente. De todos modos tenemos empresas de muchos países, aunque sólo sea de forma testimonial.

Intentar hacer las cosas bien de principio para luego poder crecer más rápido cuando seleccionemos un mercado internacional, es nuestra forma de trabajar. Y eso sí, queremos ser un portal de referencia no solo en España.

¿Cómo se está produciendo ese proceso de internacionalización?

Esta siendo un proceso mas lento de lo que nos hubiera gustado, ya que las circunstancias así nos lo aconsejan, aparte de que el mercado latinoamericano suele ser algo mas lento que el nuestro, y aquí, en el sector en el que nos movemos, ya es de por sí lento.

También hemos visto que se deben hacer bien las cosas si piensas en un futuro próspero, y posiblemente este 2012 incorporemos una persona sólo para estos mercados, aunque dependerá de los recursos de los que dispongamos.

¿Pensáis traducir la plataforma a otros idiomas?

¡Sí!. La plataforma nació ya multi-idioma, tanto porqué fue siempre nuestra voluntad y visión de negocio, como por haber nacido en Cataluña donde se suele programar siempre las plataformas multi-idioma, por ser bilingües.

De hecho las traducciones de la plataforma por idioma es un trabajo de pocos días y poco dinero, pero hay que ser conscientes de que si hay mas idiomas deberíamos tener gente preparada para responder en estos idiomas. En breve pensamos traducir al inglés, pero el resto de idiomas todavía esperaremos un poco.

Lo social está de moda, pero, ¿qué cambios creéis que introduce al mundo de los negocios? ¿Cambiará definitivamente nuestra forma de relacionarnos, tanto como particulares como entre empresas?

Mi opinión es que ya ha cambiado la forma de hacer negocios. Ha cambiado y mucho toda la parte de marketing operativo, de cómo llegamos al cliente y como éste demanda productos y servicios. También está cambiando la profesión del comercial. Hoy en día no todo vale y sí que hay que tener en cuenta valores como la transparencia, honradez, claridad y sobretodo la atención al cliente. Las personas estamos superinformadas y queremos algo más alrededor del producto.

En el mundo de los negocios está claro que ya ha llevado cambios y muchos más que aportará.

¿Cómo veis el futuro de las redes sociales?

Seguro que irán creciendo en volumen y sobre todo madurando, aportando cada vez más valor a sus usuarios. Posiblemente se vayan imponiendo algunas grandes redes para cada uso y funcionalidades propias y sobretodo se irán asentando otras herramientas para nichos de mercado determinados, algunos algo genéricos como el de grera (para empresas de todo tipo) y otras mas sectoriales o para colectivos determinados, mas verticales.

¿Qué otros planes tenéis para Grera a corto y medio plazo?

Estamos ya programando la nueva versión 3.0 de grera, que de forma totalmente automática te proporcionará posibles nuevos clientes y proveedores, pero no podemos desvelar mucho más ;)

También estamos en pleno proceso de mejora de las funciones actuales, mejorando la usabilidad, y mejorando funciones como la de las ofertas.

Y comercialmente confiamos empezar a captar mayor número de empresas a través de los acuerdos negociados y con el nuevo equipo comercial y de marketing que iremos incorporando en breve.