

## Rasti studimor:ChemConnect.com

### (B2B-ankandet publike në raport me ato private)

Burimi: Eric Young, "Web Marketplaces That Really Work," Former/CNET Tech Review, winter 2002, pp. 78-86. © 2002 Time Inc.

Procesi i vendosjes së çmimeve po bëhej i papërballueshëm, në minutat e fundit përpara mbylljes së ankandit online. Një prodhues i kemikalieve nga Amerika Veriore ofronte në shitje stabilizator plastike, një kompanie nga grupi "Fortune 20", për 4.35 USD për kilogram (Kg). Por, dy minuta përpara përfundimit të ankandit, një kompani Kineze ofroi një çmim të ri, i cili papritmas u paraqit në faqen e ankandit elektronik ChemConnect ([www.chemconnect.com](http://www.chemconnect.com)). ChemConnect, është operator me bazë në San Francisco (USA), i vendtregtimit më të madh online për industrinë kimike. Prodhuesi nga Amerika Veriore, vendosi të zvogëlonte çmimin e vet. Zyrtarët e ChemConnect, vërejtën se po zhvillohej një luftë çmimesh ndërmjet dy firmave, por çmimi po zvoglohej vetëm "cent për cent" apo "denar për denar". Firma Kineze ofroi 4.23 USD. Përfundimisht, kompania nga Amerika-Veriore, fitoi kontratën në vlerë prej 500,000 USD, me ofertë prej 4.20 USD. Ky ankand, ishte vetëm njëri nga 20 ankandet që po zhvilloheshin atë ditë Gushti në portalin e ChemConnect-it, ku garonin kompani nga Amerika Veriore, Europa, dhe Azia, për kontrata furnizuese gjashtë-mujore.

The screenshot shows the ChemConnect website interface. On the left is a vertical navigation menu with categories like Commodity Exchange, Supply Chain Solutions, Corporate Info, and Contacts. The main content area features a large banner with the slogan "Connecting Buyers & Sellers Worldwide" and a background image of a city skyline at night. Below the banner is an "About ChemConnect" section with text describing the company as a leading independent and neutral 3rd party commodity exchange. To the right of the banner is an "In the News" section with a headline: "Management and Investment Group Acquire Supply Chain Business of ChemConnect".

Figura 38 Portali i ankandit B2B, ChemConnect.com

ChemConnect ishte nikoqir i një ankandi të këtillë për disa orë, në një mëngjes të ditës së Hënë. Përderisa, një porces i tillë i ngjashëm, në mungesë të ankandit elektronik (online), do të zgjaste së paku tre muaj (sipas kompanisë që organizoi ngjarjen). Kjo do të ndodhte edhe sikur ChemConnect do të kishte përdorur postën elektronike. Në të kaluarën, kjo kompani u

dërgonte e-mail të gjithë furnitorëve të cilët ajo donte që të konkuronin në biznesin e tyre. Pastaj, pas disa ditësh, ato kompani do të përgjigjeshin me ofertat e tyre përkatëse. Blerësi do të numronte. Çdo ndrim, zgjaste pothuajse një javë.

Kompania e cila blente, në këtë rast, kërkonte anonimitet, në mënyrë që të mbante sekrete të dhënat për furnitorët, dhe sjelljet (zakonet) blerëse, nga konkurentët e po të njejtës industri. Natyra e hapur e procesit të konkurimit të ofertave, në ankandet publike, është një sfidë e vërtetë dhe serioze për firmat konkurrese.

Kjo që e përmendëm më lartë, gjithashtu, shpesh paraqitet si arsye apo shkas, se pse firmat e mëdhaja, krijojnë ankandet e veta personale online.

ChemConnect, ju ofron kompanive të kursejnë kohë gjatë blerjeve, por gjithashtu edhe i grumbullon gjitha kompanitë e industrisë kimike në një vend, duke ndihmuar në bashkimin e një industrie mjaft të fragmentuar, siç është industria kimike. Sipas Këshillit Amerikan për Kimi, në tërë botën ekzistojnë rreth 89,000 kompani, prodhues të kemikalieve. ChemConnect, e cila është e vendosur në njërin nga katet e një rokaqielli të San Franciscos, jua mundëson, shumicës prej tyre të gjejnë furnitorët ose blerësit, për të cilët ata nuk kishin ndigjuar se ekzistonin.

Për dallim nga shumica e bizneseve online të llojit B2B, të cilat dështuan në rrugën e vet të të bërit biznes, ChemConnect mbijetoi, falë emërimit të veteranit John Robinson si shef Ekzekutiv të firmës. Ai kishte një përvojë të gjatë në udhëheqje, më saktësisht kishte punuar si udhëheqës për 18 vite në gjigandin BP (Industria për përpunimin e derivateve të naftës). Ai kishte punuar në disa pozicione udhëheqëse, në departamente të tilla si Hulumtim-Zhvillim, Shitje, Tenderim, dhe tregti elektronike. Eksperienca e bujshme e Robinsonit, ju ka ndihmuar konsumatorëve të pavendosur, të cilët ishin skeptik për internetin, si vend ku mund të lidheshin kontrata multimilionëshe. Megjithatë, thotë Ztr.Robinson, “ne duhet të... zgjerojmë bazën e konsumatorëve tanë”.

### **Pyetje lidhur me rastin studimor:**

---

1. Cili është modelibiznesor i kompanisë Chemconnect.com?
  2. Cilat janë benefitet dhe kufizimet biznese, e përdorimit të ankandëve publike B2B, të tilla si ChemConnect?
  3. Cila është vlera e një ankandi personal apo privat B2B, për një kompani?
  4. Vallë një biznes i vogël, duhet të përdorë një ankand B2B privat, apo duhet të përdorin ankande të tilla si eBay, të cilat tërheqin si konsumatorët e zakonshëm, ashtu edhe bizneset e vogla? Shpjego?
  5. Cila ishte fshehtësia e Chemconnect, si mbijetoi kjo kompaniduke ditur se shumë ankande të tilla kishin dështuar?
-