

Sprzedaż usług kurierskich i pocztowych dla jednostek objętych ustawą Pzp

W niniejszym dokumencie zawarto opis dedykowanych opracowań z zakresu analizy rynku usług pocztowych i kurierskich, jakie ma w swojej ofercie Audytel SA

INFORMACJA O PRODUKTACH Audytel S.A.

TOMASZ DOBCZYŃSKI, ANALITYK AUDYTELA



Rok 2013 oznacza dla firm pocztowych i kurierskich wiele wyzwań i szans. Z jednej strony nastąpiła pełna liberalizacja rynku usług pocztowych. Z drugiej, na konsolidującym się rynku kurierskim zaostrzyła się walka o klienta korporacyjnego jakością i elastycznością świadczonych usług - niemniej cena ma cały czas kluczowe znaczenie przy podejmowaniu decyzji o wyborze operatora.



AUDYTEL 

Sprzedaż usług kurierskich i pocztowych dla jednostek objętych ustawą Pzp

Raport charakteryzuje głównych sprzedawców usług kurierskich i pocztowych (KEP) dla jednostek objętych ustawą Prawo zamówień publicznych (Pzp). Jego unikalną zaletą jest załączona baza wiedzy, z dokładnymi informacjami o zawartych umowach (w tym terminach końca kontraktów) co sprawia, iż staje się on niezastąpioną pomocą dla firm sprzedających lub planujących udostępnienie oferty w sektorze publicznym.

WARTOŚCIOWE NARZĘDZIE ANALITYCZNE

Przygotowany przez firmę Audytel raport opisuje w sposób szczegółowy sprzedaż usług KEP w latach 2010–2012. Załącznikiem do raportu jest baza wiedzy o zawartych umowach. Ze względu na specyfikę czasową tych kontraktów (odnawiane są zwykle w cyklu 1-2 rocznym), baza jest nieocenionym źródłem informacji na temat rynku publicznego we wszystkich jego aspektach:

- Dostawcy: charakterystyka konkurencji w poszczególnych subsegmentach rynku;

- Produkty: wartość i dynamika rynku; analiza kupowanych wolumenów;
- Odbiorcy: wartość i rodzaje zamówień według grup odbiorców, potencjał sprzedaży;
- Ceny: ceny jednostkowe, struktura rabatów.

Ponadto baza daje szczegółową informację o poszczególnych zamawiających i postępowaniach, w tym o zakresie, wartości oraz dacie zakończenia zawartych kontraktów.

ZAWARTOŚĆ RAPORTU

Raport powstał w wyniku analizy publicznie dostępnych informacji o zamówieniach, udzielonych w latach 2010-2012, a także na podstawie badań własnych Audytela. Na podstawie szczegółowych danych z tego okresu opracowano następujące zestawienia:

- Całkowite oraz średnie wartości umów oraz średnia długość ich trwania dla poszczególnych kategorii usług i typów przetargów;

- Geograficzny rozkład sprzedaży;
- Sprzedaż w podziale na rodzaj instytucji zamawiającej;
- Rozkład sposobów organizacji przetargów ze średnią liczbą składanych ofert;
- Wartość, rodzaj oraz liczbę zamówień 20 największych dostawców.

KORZYŚCI DLA KLIENTA

Dzięki załączonej do raportu bazy wiedzy o kontraktach operator może znacznie zwiększyć szanse sprzedaży:

- zoptymalizować działania poprzez skupienie się na klientach rokujących największe szanse sprzedaży,
- prowadzić precyzyjne działania przedsprzedażowe,
- trafniej określać budżet oraz wygrywającą cenę.

OPIS BAZY WIEDZY

Załączona do Raportu baza wiedzy zawiera szczegółowe informacje o przeprowadzonych przetargach. Format zapisu danych umożliwia ich szybką i efektywną analizę na poziomie standardowych narzędzi MS Excel i MS Access.

GLÓWNE POLA INFORMACYJNE W BAZIE

- Informacje źródłowe: numer ogłoszenia z oznaczeniem miejsca publikacji oraz bezpośrednim linkiem do oryginalnego ogłoszenia;
- Ramy czasowe zamówienia: data zamieszczenia ogłoszenia, **data końca umowy**);
- Sposób udzielenia zamówienia: tryb przetargu, główna kategoria CPV, liczba złożonych ofert;
- Dane zamawiającego: nazwa, lokalizacja oraz kategoria instytucji zamawiającej;
- Wynik postępowania przetargowego: nazwa zwycięzcy przetargu, całkowita wartość zamówienia oraz cząstkowe ceny fragmentów wchodzących w jego skład.

ROZSZERZENIE ANALITYCZNE

Szybka odpowiedź na działania sprzedażowe konkurencji jest kluczowa w utrzymaniu pozycji na rynku. Aby ułatwić obserwację działań rywali rynkowych serwis analityczny może zostać rozszerzony o ciągły monitoring postępowań zakupowych w 2013 r. Raportowanie odbywa się w okresach kwartalnych (40 dni po zakończeniu danego kwartału), co pozwala na uzyskanie bieżącej informacji na temat działań konkurencji, a w szczególności oferowanych cen końcowych.

Sprzedaż usług kurierskich i pocztowych dla jednostek objętych ustawą Pzp – załącznik 1

PROPONOWANY SPIS TREŚCI

1. Streszczenie
2. Wstęp
 - o Założenia i metodyka badania
 - o Opis i kategoryzacja usług
 - o Procedury zakupowe stosowane przez jednostki objęte Pzp
 - o Kategoryzacja jednostek objętych Pzp
3. Analiza zamówień udzielonych w latach 2010-2012
 - o Wartość zamówień objętych obowiązkiem publikacji
 - o Oszacowanie wolumenów przesyłek
 - o Ceny usług przesyłek kurierskich i pocztowych
 - o Zamówienia realizowane bez obowiązku publikacji w biuletynach
 - o Zannualizowane wydatki i wolumeny w 2012 r.
 - o Preferencje zakupowe zamawiających
 - o Analiza umów funkcjonujących po 31.12.2012 r.
4. Charakterystyka największych dostawców
 - o .Najwięksi dostawcy
5. Czynniki kształtujące rozwój rynku zamówień publicznych po 2012 r.
 - o Planowane zmiany w ustawie Pzp
 - o Grupy zakupowe
6. Spis tabel i wykresów

Ogólne warunki realizacji

KODEKS ETYCZNY AUDYTELA

Obowiązujący w firmie Audytel Kodeks Etyczny wymaga od wszystkich pracowników firmy bezwzględnego dochowania staranności zawodowej i poufności oraz stosowania zasady neutralności wobec wszystkich dostawców rozwiązań ICT oraz operatorów telekomunikacyjnych.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ WYKONAWCY

Oceny, analizy i rekomendacje dostarczane w trakcie projektu oraz będące produktami projektu stanowią profesjonalny osąd Audytela, bazujący na danych pochodzących z badań własnych, przekazanych przez Klienta oraz innych legalnych źródeł informacji. Audytel interpretuje je zgodnie z zasadą zachowania staranności zawodowej, jednak nie daje gwarancji, że są one poprawne i kompletne. Audytel nie ponosi odpowiedzialności za następstwa zdarzeń i działań podjętych przez Klienta lub osoby trzecie pod wpływem tych ocen, analiz i rekomendacji.

UBEZPIECZENIE OC WYKONAWCY

W przypadku powstania szkody będącej bezpośrednim następstwem działań Audytela, Klient ma prawo do dochodzenia odszkodowania za poniesione szkody do kwoty 1 000 000 zł (jeden milion złotych), które będzie wypłacone na podstawie polisy OC Audytela bezpośrednio przez zakład ubezpieczeń zgodnie z art. 822 § 4 kodeksu cywilnego. Odpowiedzialność za utracone zyski jest wyłączona.

POUFNOŚĆ

Audytel zapewnia pełną ochronę poufnych danych Klienta przetwarzanych w związku z wykonywaniem umowy/zamówienia. Dane te będą ujawniane tylko tym pracownikom Audytela, którzy będą bezpośrednio zaangażowani w projekt, bez prawa ujawniania ich osobom trzecim. Po wykonaniu umowy wszystkie dane poufne mogą zostać na życzenie Klienta zwrócone lub zostaną zniszczone, zgodnie z procedurami Audytela.

Ogólne warunki realizacji c.d.

WSPÓŁPRACA Z KLIENTEM

Dla właściwego przebiegu projektu doradczego Audytel zaleca powołanie przez Klienta kierownika projektu, odpowiedzialnego za odbiór projektu, komunikację z Audytelem oraz dostarczenie firmie Audytel dokumentów źródłowych, danych i innych informacji, jeżeli są wymagane dla wykonania umowy. Czas wykonania usługi, o ile umowa nie stanowi inaczej, biegnie od momentu przekazania przez Klienta kompletu dokumentów i danych wymaganych do realizacji projektu.

PROCEDURA ODBIORU PRAC

Potwierdzeniem wykonania prac i podstawą do wystawienia faktury VAT jest protokół odbioru produktów projektu, który będzie podpisany nie później niż w terminie 5 dni roboczych od przekazania Klientowi finalnych produktów projektu. W przypadku zgłoszenia zastrzeżeń przez Klienta w terminie wskazanym powyżej, Audytel dostarczy w ciągu 5 dni roboczych ponownie produkty projektu, poprawione i uzupełnione o elementy wskazane przez Klienta.

Nie zgłoszenie zastrzeżeń w terminie uprawnia Audytel do dokonania jednostronnego odbioru produktów projektu i wystawienia faktury VAT.

PRAWA AUTORSKIE

Prawa autorskie majątkowe do wszelkich opracowań powstałych na zamówienie Klienta pozostają wyłączną własnością firmy Audytel. Klient może kopiować, tłumaczyć i wykorzystywać otrzymane materiały na własne potrzeby bez ograniczeń. Klient ma prawo do cytowania fragmentów otrzymanych materiałów z powołaniem się na źródło, wymieniając nazwę firmy Audytel oraz tytuł i rok opracowania. Publikowanie jakichkolwiek materiałów w części bądź w całości oraz używanie znaku graficznego Audytela wymaga pisemnej zgody firmy.

PROMOCJA

Audytel będzie miał prawo do wymienienia nazwy Klienta w swoich materiałach promocyjnych, chyba że Klient wystosuje w tej sprawie pisemne zastrzeżenie.