PRODUSE SI SERVICII

VALENTIN MĂNESCU, "WEBECOM":

"Prefer soluția autofinanțării"

Soluția autofinanțării este preferabilă pentru afacerile aflate la început de drum, consideră Valentin Mănescu, project manager în cadrul "Webecom". Antreprenorii ar trebui să apeleze la un credit bancar sau la un investitor extern doar în momentul în care au ajuns să își cunoască bine afacerea, pentru a putea face estimări realiste cu privire la evoluția acesteia, recomandă domnia sa. Valentin Mănescu a înființat "Webecom" când avea 18 ani, reușind ca, în prezent să se situeze în rândul principalilor jucători din piața soluțiilor de comerț online. Antreprenorul este optimist cu privire la viitor, în condițiile în care tot mai mulți comercianți se orientează către mediul virtual, iar apetitul românilor pentru cumpărături făcute din fața calculatorului este în creștere.

Reporter: Cum ați decis să porniți "Webecom"?

Valentin Mănescu: La 18 ani voiam să îmi înființez propria afacere, deja lucram, pe cont propriu, la diferite proiecte, încă din perioada liceului, în plus, nu mi-am dorit niciodată să fiu angajat, să am un program fix. Din acest motiv am considerat că cel mai bine este să încep o afacere pe cont propriu și din munca mea să ajut și alte persoane care vor să dezvolte afaceri.

Reporter: 18 ani este o vârstă fragedă. Cum ați avut curajul să demarați proiectul?

Valentin Mănescu: Da, 18 ani nu este o vârstă foarte mare, însă, eu unul am ales acel moment pentru că atunci îmi permitea statul român să îmi înființez o firmă. Aș fi făcut-o și la 16 ani, probabil, dacă aș fi avut posibilitatea. Mi-am continuat studiile, am considerat că, decât să am studii tehnice, mai bine urmez studii de marketing, pentru că m-ar fi ajutat mai mult în afaceri. Partea tehnică deja o stăpânea m, pentru că am făcut un liceu de matematică-informatică, iar multe lucruri din zona de IT oricum se învață din mers, nu la școală. Nu m-am gândit niciun moment că nu va merge, că îmi asum un risc, abia, după doi-trei ani, mi-am dat seama cât de mari erau riscurile. Nu mi-am dorit niciodată să mă îmbogățesc din această afacere, doar să fiu cel mai bun în domeniul meu de activitate, cel al furnizării de soluții pentru comerțul online. Asta îmi propun și în continuare, să reușesc să ajung lider de piață în acest domeniu, aflat în plină expansiune, care, în timpul crizei, nu a înregistrat scăderi, ci a crescut în fiecare an. Aș spune că a avut creșteri fabuloase într-un mediu economic destul de vitreg.

Reporter: La cât s-a ridicat investiția inițială? Cât a durat până ați reușit să vă autofinanțați?

Valentin Mănescu: Investiția inițială a fost destul de modestă. am început cu aproximativ 7.000-8.000 lei, dintre care 4.000 lei i-am cheltuit pentru a cumpăra licențe software. Calculatorul îl aveam deja, înființarea firmei m-a costat 1.500 lei, iar restul banilor i-am folosit pentru a acoperii rulajul de marfă. Prima afacere pe care am făcut-o când am înființat firma a fost să deschid un magazin de telefoane mobile și accesorii GSM. Aveam nevoie de bani până când mi se întorceau banii de pe colete de la clienți. După acest pas, mi-am dat seama că oportunitățile sunt mult mai mari și, decât să mă plafonez administrând un magazin online de telefoane și accesorii, am preferat să furnizez și altora soluția software pe care am construit-o.

Reporter: Care a fost sursa de finanțare pentru investiția inițială?

Valentin Mănescu: Primii bani i-am luat de la părinți. Ăsta a fost marele meu avantaj. Nu au fost mulți bani, nu susțin un angajament față de o bancă sau față de un investitor în momentul în care nu cunoști afacerea, nu știi exact ce faci, nu știi cât de profitabil e, nu știi ce perspective îți oferă. Eu am preferat, întotdeauna, să aleg soluția autofinanțării, pe principiul "mă întind cât îmi este plapuma".

Reporter: Cât a durat până când a venit primul client?

Valentin Mănescu: Primii clienți pe realizarea de magazine online și oferirea de servicii comerț electronic au venit relativ repede, pentru că deja aveam magazinul propriu, și existau multe persoane care voiau să își facă alte magazine pe domenii de piață apropiate sau nu în unele cazuri. La început un client venea la trei luni. Trei luni în care aveam timp să fac magazinul, să îmi mai creez proceduri în firmă, să îmi mai dezvolt propria aplicație software. Apoi, lucrurile au început să accelereze. Am început să avem un client la două luni, la o lună, la două săptămâni, iar, în clipa de față, pot spune că avem, lunar, aproximativ 15-20 de clienți noi. În momentul actual, investim serios în publicitate, știm exact cât ne costă ca un om să pună mâna pe telefon și să ne sune, știm exact cât ne costă ca un om să semneze un contract cu noi și știm ce profit avem cu fiecare client.

Reporter: În prezent, "Webecom" oferă și alte servicii, în afara celor de realizare de magazine electronice. Care sunt segmentele pe care le acoperiți?

Valentin Mănescu: Am început cu realizarea de magazine online, apoi am descoperit că mulți clienți au nevoie și de soluții de găzduire, așa că le-am oferit și acest produs. Gusturile s-au rafinat, apoi, iar clienții au început să aibă nevoie și de servicii de design. Practic, la ora actuală, ne poziționăm pe piața de soluții integrate de comerț online. Nu mai folosim sintagma "realizare magazine online" pentru că înființarea în sine a unui astfel de magazin reprezintă, deja, un concept integrat de servicii specializate. Vorbim despre soluții de comunicare, soluții de reducere a costurilor, soluții software, soluții de publicitate. Toate acestea trebuie să meargă împreună. Dacă una dintre aceste componente nu funcționează, un magazin online în care se investesc foarte mulți resurse ajunge devine neproductiv.

Reporter: Care este profilul clientului "Webecom"?

Valentin Mănescu: Lucrăm atât cu clienți mari, cât și cu clienți mici, cu până la zece angajați. Întotdeauna ne-a plăcut să lucrăm cu clienții mici, pentru că dorim să ajutăm oameni să își construiască un business cu propriile puteri. Cu clienții mici am avut, întotdeauna, cele mai multe colaborări și am reușit performanțe fantastice, pe care nu cred că le-am fi reușit cu companiile mari. De ce cred acest lucru? Pentru că într-o companie mare deciziile se iau foarte greu, există multă inflexibilitate, foarte multe proceduri interne. Înțeleg acest lucru, pentru că, altfel, nu ar putea rezista la aceste dimensiuni, dar zona de online nu este făcută pentru cei mari. Este făcută pentru cei buni! Dacă cei buni reușesc să fie la fel de mari și în piața digitală, cu atât mai mult au un avantaj semnificativ. Dar, în general, cei mici sunt mult mai ambițioși și depun mai mult efort ca să reușească să își atingă obiectivele.

"Nu am avut niciun an de scădere, nu am avut niciun an fără profit".

Reporter: Serviciile oferite depind de dimensiunea clientului?

Valentin Mănescu: Putem să oferim soluții complete de comerț online, comunicare și marketing, atât pentru cei mici, cât și pentru cei mari. De obicei, cei mari caută la noi doar ce nu găsesc la alții, pentru că noi avem o strategie de vânzări diferită față de majoritatea concurenților noștri. Folosim foarte mult mediul de comunicare virtual și nu încercăm să ne ducem în casa clientului și să-i cerem să lucreze cu noi. Îl așteptăm pe el să ne contacteze. Când are nevoie de noi va ști unde să ne găsească.

Reporter: Cât de mare este echipa "Webecom" în clipa de față?

Valentin Mănescu: La ora actuală, suntem cinci oameni în firmă. Firma este a mea, dar ceilalți sunt ca și asociații mei. Venim constant la birou și când spun "constant" nu înseamnă de luni până vineri. De multe ori, se întâmplă să venim de luni până duminică, când avem proiecte foarte mari. Toți oamenii cu care lucrez sunt plătiți pe bază de proiect. Din acest motiv nici nu pot să îi numesc "angajați", sunt mai degrabă parteneri în firmă. În ceea ce privește specializarea fiecăruia, toți avem minim două abilități diferite. Eu, de exemplu, cunosc atât partea de promovare, cât și cea tehnică, mai exact cea care privește găzduirea și programarea unui magazin online. Alți colegi sunt specializați pe partea de web design, programare, comerț, marketing, securitatea informațiilor și chiar și sociologie.

Cel mai greu mi-a fost când am trecut de la un om la doi. De la doi oameni la trei diferența nu a fost foarte mare. Existau resursele financiare pentru a îi susține, iar formarea lor nu mai depindea de un singur om. De la trei oameni la patru, precum și de la patru la cinci, a fost ușor. Nici nu îmi este frică să ajungem în doi ani la o echipă de 10-15 oameni. Sunt convins că ne vom înțelege și vom colabora extraordinar.

Reporter: Există perspective pentru creșterea echipei?

Valentin Mănescu: Există o perspectivă foarte bună, mai ales dacă mă raportez la ultimul an. Comenzile noastre sunt în creștere permanentă, cota de piață la fel, iar unii din concurenții noștri nu mai fac față cu proiectele contractate. Anul viitor vrem să angajăm încă doi oameni. Nu ne grăbim să facem angajări pentru că nu vrem ca un om care lucrează cu noi să plece din cauza lipsei de resurse financiare, într-o posibilă perioadă cu mai puține proiecte. Preferăm să muncim mai mult acum, să se stabilizeze numărul de comenzi și să vedem capacitatea maximă a cererilor pe care le putem oferi, iar apoi vom crește echipa cu unul sau doi oameni.

Reporter: Cum a evoluat cifra de afaceri în cei șapte ani de activitate?

Valentin Mănescu: De la an la an, cifra de afaceri a crescut. Nu am avut niciun an de scădere, nu am avut niciun an fără profit. Nu urmărim foarte mult datele legate de profitabilitate, pentru că preferăm ca toți banii pe care îi câștigăm să îi reinvestim în companie. În zona din care venim, în momentul în care considerăm că este oportun, putem să avem o creștere de 10 ori mai mare într-un singur an, prin soluții scalabile. Momentan, preferăm să investim mai mult timp în dezvoltarea de soluții decât în vânzări. Vânzările încă nu au explodat și nici nu ne dorim să se întâmple acest lucru în următorii doi-trei ani.

Reporter: Ce așteptări aveți pentru acest an și pentru anul viitor?

Valentin Mănescu: În acest an lucrurile sunt deja clare. Până în octombrie, din datele pe care le avem de la firma de contabilitate, cifra de afaceri a crescut cu 30-35%, comparativ cu anul trecut. Majoritatea încasărilor noastre sunt din servicii, deci nu avem foarte multă materie primă pe care să o folosim. Perspectiva este bună, anul viitor, cu siguranță, va exista o creștere mai mare. Noi oferim soluții de reducere a costurilor. Va exista o creștere mai mare din punct de vedere al valorii, poate procentual se va păstra ritmul de creștere, dar oricum din punct de vedere al valorii sigur creșterea va fi mai mare. Noi tarifăm totul în la cursul Euro, ceea ce ne ajută, din punct de vedere al creșterii. Nu ne facem griji cu privire la evoluția pieței, deoarece foarte multă lume intră pe zone de online. Piața crește, consumul omului care stă pe Internet și comandă produse de acasă crește. Chiar dacă ne vom mai confrunta cu probleme, cum au fost cele din anul 2010, pe care cu greu am reușit să îl încheiem pe profit, piața va continua să crească. Vor scădea vânzările din magazinele fizice, în favoarea celor din mediul virtual. Aceasta este realitatea.

"Tinerilor care vor să își deschidă propria afacere le recomand să nu se gândească de două ori ce se va întâmpla dacă planul lor nu dă roade".

Reporter: Cum arată piața în care activați?

Valentin Mănescu: Piata comerțului online a crescut in 2011 cu 24%, iar în acest an se estimările arată că se va tripla. Noi ne ocupăm mai mult de nișe. Creăm afaceri pe nișe neexploatate sau puțin dezvoltate. Acolo reușim să dezvoltăm lucruri foarte interesante. De exemplu, mulți dintre clienții noștri au magazine online de haine pentru copii sau jucării. E un domeniu în continuă dezvoltare. Deja cumpărătorii aleg să achiziționeze produse pentru copii din magazinele online pentru că sunt mult mai ieftine decât în farmacii sau în marile complexe comerciale. Iar, pe de altă parte, cei care le vând nu sunt nevoiți să aibă atâtea stocuri pentru a putea furniza marfa respectivă.

Reporter: Care ar fi sursele de creștere a pieței și care ar fi factorii care ar mai putea să blocheze această creștere?

Valentin Mănescu: Riscul de fraudă, cel mai vehiculat element negativ, nu îl văd ca pe o problemă în momentul de față. Anul trecut, 5% dintre cei care cumpărau online, cumpărau cu cardul, anul acesta procentul a crescut la 7%.

În ceea ce privește siguranța comenzii, marfa poate fi verificată în momentul în care clientul o primește. În cazul în care în colet nu se află ceea ce a comandat, Legea comerțului electronic obligă orice firmă din România ca, în termen de zece zile, să primească produsele înapoi.

Surse de creștere sunt foarte multe. Un magazin online nu are nevoie de atât de multe stocuri cum are un magazin fizic. Acest lucru înseamnă că produsele de lux pot fi găsite, online, la un preț mai bun decât într-un magazin fizic. Aceasta deoarece produsul respectiv nu stă la raft să se depreciezе, pentru că prețurile scad în permanență și niciun retailer nu vrea să meargă în pierdere când vinde un anumit produs.

Apoi, există produse de nișă, care sunt greu de găsit în marele magazine. Chiar dacă există în stoc, durează mult până le localizăm. În spațiul virtual îl găsim rapid și îl avem acasă, într-un mod foarte simplu.

Reporter: Poate antreprenoriatul să reprezinte o alternativă pentru tinerii care nu își găsesc un loc de muncă sau găsesc locuri de muncă sub nivelul lor de pregătire? Ce sfaturi ați oferi tinerilor care ar dori să meargă pe acest drum?

Valentin Mănescu: Problema lipsei de locuri de muncă pentru tineri reprezintă o mare problemă, iar, din punctul meu de vedere, ar trebui să fie pentru ei o motivație ca să se gândească bine ce vor să facă cu viața lor. Antreprenoriatul se dezvoltă fantastic. Nu am conștientizat lucrul acesta decât în ultimele trei luni, în care am început să particip la evenimente de networking antreprenorial. Am văzut foarte mulți oameni care cred în antreprenoriat, care au avut sau care cred că vor avea succes cu afacerile lor. Acesta este, în acest moment, singurul factor în economia actuală care poate să scoată lucrurile la lumină. Am mare încredere în antreprenoriat, mai ales în cel românesc și chiar consider că se pot face foarte multe lucruri frumoase aici. Trebuie doar să încercăm. Tinerilor care vor să își deschidă propria afacere le recomand să nu se gândească de două ori ce se va întâmpla dacă planul lor nu dă roade. Să se gândească pur și simplu ce vor să facă și să fie un pic realiști, să vadă și din punct de vedere financiar cum pot să își atingă acele rezultate.

Reporter: Vă mulțumesc!

ALEXANDRU SÂRBU

BERD a împrumutat CFR cu 175 milioane euro

Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare (BERD) a acordat un împrumut de 175 milioane euro companiei CFR SA, finanțare care va ajuta administratorului infrastructurii feroviare să-și restructureze bilanțul, permițând plata datoriilor curente.

"Împrumutul, distribuit în două tranșe în funcție de măsuri specifice de reformă, este parte a programului de restructurare pentru CFR, ce totalizează 1,2 miliarde euro. Acesta va sprijini în mod special reformele de guvernanță corporativă, ce completează și consolidează măsurile recomandate de FMI. De asemenea, banca va finanța și o analiză independentă a practicilor actuale ale operatorului feroviar și va contribui la elaborarea unui plan de restructurare detaliat - un element cheie al reformelor sprijinite de BERD", potrivit unui comunicat al companiei. ■

FOTBAL ŞI BANI

UEFA pregătește o mega-competiție a cluburilor

Marile competiții organizate de FIFA și UEFA au devenit adevărate fabrici de produs miliarde de euro. În aceste condiții, strategii celor două foruri încearcă să găsească formule care să maximizeze încasările, astfel încât interesul publicului, dar și spectacolul sportiv să nu fie afectate. Turneul final al Campionatului European va avea mai multe echipe, criteriul geografic după care se împarte numărul de locuri la Campionatul Mondial oferă șanse mai mari echipelor din Asia, care au un număr impresionant de suporteri care atrag sponsori, iar mai nou se pregătesc noi formate pentru competițiile internaționale ale cluburilor.

UEFA plănuiește o reformă a cupelor europene pentru 2015, a declarat președintele Michel Platini într-un interviu acordat Ouest-France, lăsând să se înțeleagă că nu este exclusă posibilitatea desființării Europa League și extinderea Ligii Campionilor. La întrebarea dacă ar fi posibilă o ligă a campionilor cu 64 de echipe, în condițiile în care se pune tot mai des problema desființării Ligii Europa, Platini a răspuns: "Există o analiză în curs pentru a se stabili ce format vor avea competițiile europene între 2015 și 2018. Se va discuta și se va lua o decizie în 2014. Nu s-a hotărât nimic pentru moment". Discuțiile sunt însă mult mai ample, chiar dacă marile cluburi sunt nemulțumite că prin extindere o parte din bani ajung și la echipe care nu asigură nici spectacol, nici spectatori și nu oferă nici condiții foarte bune de disputare a meciurilor. Cum diferența dintre premiile încasate în Liga Campionilor și Europa League este în continuare foarte mare, multe echipe din unele campionate puternice ale continentului (Anglia, Germania, Italia, Franța) nu acordă prea multă atenție celei de-a doua competiții, fapt ce afectează și interesul spectatorilor. Din sezonul 1999/2000, 32 de echipe participă în faza finală a Ligii Campionilor. Platini, președinte al forului fotbalistic european din 2007, nu se teme de o eventuală creare a unei competiții concurente Ligii Campionilor de către cele mai bogate cluburi fiind convins că o ruptură ar afecta în primul rând respectivele cluburi: "Este o chestiune care revine mereu pe tapet. Asta nu mă îngrijorează. Nu văd cum ar putea funcționa în afara cadrului UEFA. Cine îi va arbitra? Pe ce stadioane vor juca? Vor mulți așa ceva? Nu cred". O astfel de mișcare ar antrena după sine și altele, astfel turneele finale ale Campionatului European și Campionatului Mondial ar urma să se desfășoare în lunile ianuarie – februarie, când nu au loc partide oficiale intercluburi, urmând să se elibereze astfel luna iunie, când s-ar putea disputa partidele din faza finală a Ligii Campionilor.

Succesul Ligii Campionilor este tot mai mare de la un sezon la altul și tocmai de aceea UEFA a decis să mărească și sumele care vor fi încasate de echipele angrenate în această competiție. Astfel, la startul sezonului 2012 - 2013 forul continental a anunțat că formațiile participante în faza grupelor vor împărți aproximativ 910.000.000 euro. Primele garantate sunt de 500.700.000 euro, în timp ce alți 409.600.000 de euro se vor aloca în funcție de market pool. Ultima sumă se distribuie în funcție de numărul echipelor pe care o țară le are în competiție și de contribuția televiziunilor din țara respectivă la suma totală. Pentru sezonul 2012/2013 se estimează încasări de 1,34 miliarde de euro.

DAN NICOLAIE