

Delegieren, was nicht zum Kerngeschäft gehört

Auch bei KMU-Betrieben habe der Trend zur Einkaufsrecherche im Internet in den letzten Jahren zugenommen, sagt Priska Schoch. Sie hat deshalb eine eigene Firma gegründet.

■ Sie haben gemeinsam mit Gaby Stäheli ein Unternehmen aufgebaut. Weshalb?

Eine eigene Firma zu gründen, war eine Chance, die ich mir nicht entgehen lassen wollte. Die Geschäftsidee mit dem Offertenportal war zudem perfekt. Damit haben wir einen ganz neuen

Service aufgebaut und können KMU heute eine innovative Art der Beschaffung und der Kundengewinnung anbieten.

■ Sie betreiben ein Offertenportal für IT- und Büro-Equipment und Dienstleistungen für kleinere und mittlere Unternehmen. Wie sind Sie auf diese Idee gekommen?

Auch bei KMU hat der Trend zur Einkaufsrecherche im Internet in den letzten Jahren zugenommen. Jedoch kostet es Stunden, sich durch die Fülle an Informationen durchzuklicken und das passende Angebot zu finden, insbesondere bei komplexeren Produkten. Es gab in der Schweiz bis dahin noch kein Angebot, das diesen Suchprozess vereinfacht hätte. Andere Länder waren hier schon einen Schritt weiter. Diese Marktlücke wollten wir füllen, und so haben wir die Idee für die Schweiz entsprechend umgesetzt.

■ Um eine Offerte einzuholen, muss ich online lediglich ein paar Fragen beantworten und

die Mail dann abschicken. Ist das nicht etwas gar einfach gestrickt?

Im Gegenteil. Unsere Plattform muss möglichst einfach sein, damit die Benutzer sie akzeptieren. Sie soll ihnen ja Zeit sparen, helfen und Vereinfachungen bringen. Unsere Interessenten werden auch bei komplexen Produkten oder Dienstleistungen so durch die Fragen geführt, dass wir alle wichtigen Anforderungen ans Produkt erfahren. Zudem können wir bei unserem persönlichen Rückruf offene Punkte klären.

■ Als Anfrager bezahle ich nichts für Ihre Dienstleistung, als Anbieter kostet mich das Ganze im Durchschnitt 50 Franken. Wie sind Sie auf diesen Kostenschlüssel gekommen?

Wir suchten nach einer günstigen Alternative zu herkömmlichen Werbeplattformen. Nehmen Sie als Beispiel eine Messe. Sie haben einen sehr kleinen Stand, der für eine zweitägige Messe CHF 10 000 kostet. Wenn es gut läuft, dann haben Sie vielleicht pro

Tag 30 Kontakte, vielleicht auch weniger, aber das Geld ist trotzdem weg. Da sind die Leads bei uns im Vergleich sehr viel günstiger und bereits vorqualifiziert. Der Käufer erwartet die Kontaktaufnahme von drei Anbietern und hat bereits konkretes Interesse.

■ Weshalb soll ich Ihr Portal in Anspruch nehmen? Über die passende Telefonanlage oder das geeignete Buchhaltungsprogramm kann ich mich als KMU-Geschäftsführer doch selber schlau machen?

Sicher, wenn Sie nichts Wichtigeres zu tun haben und gerne einmal 10 Treuhänder abtelefonieren, bis Sie einen gefunden haben, der das gewünschte Buchhaltungsprogramm nutzt. Viel sinnvoller ist es doch, solche Aufgaben kostenlos an einen kompetenten Dienstleister zu delegieren und sich um das eigene Kerngeschäft zu kümmern.



Priska Schoch
CEO von GRYPs
Offertenportal AG



Gaby Stäheli
CEO von GRYPs
Offertenportal AG