



■ RNDr. Josef Černý
konzultant a vedoucí týmu logistických aplikací ve společnosti ICZ a.s.

► Říjen je jako první podzimní měsíc důrazným připomenutím blížící se zimy a všech činností, které je třeba před jejím příchodem ještě naplánovat a realizovat. Jednou z nich je jistě výměna letních pneumatik za zimní – ač patří k těm jednodušším, dokáže nás určitě ochránit před řadou nepříjemností na zasněžených nebo namrzlých cestách. Letošní říjen je však také měsícem vyhrazeným pro dvě významné akce brněnského výstaviště věnované nejdříve strojírenství, dopravě a logistice a o tři týdny později také informačním, identifikačním a komunikačním technologiím.

Právě skončený 49. mezinárodní strojírenský veletrh spolu se 4. mezinárodním veletrhem dopravy a logistiky přivedly první říjnový týden do Brna stovky vystavovatelů a tisíce návštěvníků. Škoda jen, že k návštěvě stánků s logistickou tematikou bylo třeba dojít až na samý konec veletržního areálu a pavilony P a R, kde byla velká část logistické expozice umístěna, také nepatřily k těm nejnávštěvnějším. Neskrývané rozpaky řady návštěvníků i vystavovatelů, s nimiž jsem měl možnost během prvních třech dnů veletrhu hovořit, mne tak utvrzují v názoru, že letošní Brno se k logistice zachovalo poněkud macešsky.

Také z pohledu témat patřících do rubriky Login jsem na veletrhu neobjevil nic zásadně nového (pokud jsem snad nějakou novinku nebo zajímavost přehlédl, omlouvám se a uvítám, když mne o ní bude někdo z vás, vážení čtenáři, prostřednictvím redakce in-

formovat). Dodavatelé informačních, identifikačních a komunikačních technologií zaměřeni na oblast logistiky prezentovali v převážné míře své již známé a osvědčené produkty a řešení, nabídka skladové a manipulační techniky také poměrně věrně odrážela požadavky současného českého trhu na „klasická“ řešení s žádnou nebo jen velmi malou mírou automatizace. Znamená to snad, že koncept veletrhů je překonaný, že v době webu a internetu je hlavním důvodem firemní účasti na takovéto akci pouze její viditelnost – důkaz, že existuje a v dané oblasti úspěšně podniká?

Osobně se domnívám, že odpověď na tuto otázku není zdaleka jednoznačná a závisí na charakteru nabízených produktů a služeb. Pokud jsou převážně hmotného charakteru (stroje a zařízení, dopravní, manipulační, skladovací technika, komponenty pro automatizaci, apod.), je možné je vystavit a potenciálním zájemcům ukázat, či dokonce předvést. V případě, že se fyzické exponáty do stánku nevejdou, lze s úspěchem vystavit funkční modely. Ty jsou v řadě případů vhodné i pro ilustraci nabízené logistické služby, například silniční, železniční, vodní či letecké dopravy či skladování. U produktů a služeb z oblasti IICT (jak se často informační, identifikační a komunikační technologie souborně nazývají) je situace vystavovatelů nepoměrně složitější: pokud má nabízený produkt fyzický rozměr (například mobilní terminál), je obvykle velmi podobný výrobku jinému, konkurenčnímu. A v případě programového vybavení jsou možnosti jeho prezentace ještě více omezeny: obrazovka LCD monitoru se „skvělým“ uživatelským rozhraním dnes již nezaujme téměř nikoho (všechny vypadají přibližně stejně), prospekty a nejrůznější prezentace jsou povětšinou dílem firemních pracovníků a PR agentur vychovaných na stejných principech moderního „tržního“ marketingu a pokud předvádění aplikace není „dotováno“ losováním o zajímavé dárky, je poměr přednášejících a posluchačů v mnoha případech vzácně vyrovnaný. Určitým osvěžením v šedi veletržního dne jsou pak v případě větších vystavovatelů odpolední „happy hours“, kdy se stánek přece jen zaplní a návštěvníkům i vystavovatelům jsou nabízeny čerstvé produkty přímo „z firemní kuchyně“.

Na stáncích firem podnikajících v IICT to tak mají těžké vystavovatelé i návštěvníci. Ti první se snaží nějak zaujmout, vybočit z řady, ti druzí získat co nejvíce informací a kontaktů, které by bylo možné následně využít při řešení svých problémů a výběrových řízeních. Domů si odnášejí v lepším případě tašku pl-

nou prospektů a vizitek, v horším případě jen reklamní předměty. A k tomu většinou bolavé nohy i hlavu.

Jsem přesvědčen, že návštěvou veletrhu proces výběru dodavatele nebo partnera pro oblast IICT v drtivé většině případů ani nezačíná, ani nekončí. O tom, jak je obtížné takový vztah navázat a správné řešení zvolit, jsem se na stránkách Logistic News již zmiňoval. Přesto mi dovoluňte některé podstatné zásady zopakovat a doplnit, případně je uvést do souvislosti s předchozími řádky. Je nesporné, že prvním z aspektů výběru je kvalita produktu a míra jeho schopnosti splnit požadavky zadání (musí být ovšem jasně specifikovány a úroveň jejich plnění jednoznačně měřitelná). Druhým neméně důležitým kritériem výběru je samozřejmě cena. Třetím, ale podle mých zkušeností zdaleka ne posledním faktorem je kompetentnost dodavatele, kterou si osobně představuji jako mix jeho know-how jak v IICT, tak v oblasti, kam svá řešení nabízí (proto jsou v logistických aplikacích ne vždy úspěšné jen čistě softwarové firmy), profesionálních i lidských kvalit jeho řešitelského týmu a způsobu, jakým přistupuje ke svým zákazníkům (zda dává přednost dlouhodobému, vzájemně vyváženému a otevřenému partnerství před vztahem „na jednu dodávku“).

Co z toho se dá poznat na veletrhu? Jen velmi málo, ale přece jen něco: kromě způsobu prezentace firmy, kultury jednání s (potenciálním) zákazníkem také například vztah ke konkurenci.

V uzavřeném prostoru výstavních pavilónů je ke stánkům konkurenčních firem často jen několik kroků a vhodnou poznámkou nebo dotazem lze poměrně snadno zjistit, jaký mají zástupci dané firmy přehled o své konkurenci, jak ji hodnotí a jak se vůči ní vymezují. Špatná znalost konkurenčních produktů či záměrné zdůrazňování jejich nedostatků v porovnání s vlastními produkty nebo službami mohou leccos napovědět o firemní kultuře a signalizovat, že případný obchodní vztah nemusí být bez problémů. A tak je možnost posouzení svých potenciálních dodavatelů z výše uvedených hledisek asi jedním z největších přínosů návštěvy jakékoliv výstavy nebo veletrhu. Proto doufám, vážení čtenáři, že i vaše návštěva brněnského výstaviště splnila vaše očekávání a posunula vás při řešení vašich logistických problémů zase o krok dále. ■

■ Brno, the City of Fairs

▷ October as the first autumn month is a strong reminder of the oncoming winter and all things that need to be planned and performed before its arrival. For sure, one of them is switching summer tires to snow tires – a simple task that can nevertheless protect us against much trouble on snow- or frost-covered roads. However, this year's October is also a month dedicated to two important events held at Brno exhibition grounds focused first on engineering, transport and logistics and three weeks later on information, identification and communication technology.

The 49th International Engineering Fair and the 4th International Fair for Transport and Logistics, that closed up a few days ago, attracted hundreds of exhibitors and thousands of visitors to Brno in the first week of October. It's only a pity that you were forced to reach the very end of the exhibition grounds to visit logistics stands, and pavilions P and R where a major part of the logistics exposition was situated were far from being impressive. Unconcealed perplexity of numerous visitors and exhibitors to whom I talked during the first 3 days of the fair only confirmed my opinion that this year's Brno treated logistics rather unkindly.

Similarly, in light of topics falling within Login, I haven't found anything fundamentally new at the fair (if I omitted any news or interesting things, I'd like to apologise and stress I welcome if any of you, dear readers, informs me through the editors). Suppliers of information, identification and communication technology specialised in logistics presented mostly their well-known and established products and solutions, the offer of warehousing and handling technology quite truly reflected the demand of the current Czech market for „traditional“ solutions with no or a very low level of automation. Does it really mean the fair idea is outdated, and in the times of web and internet the main reason of companies to participate in this kind of events is just to be visible: to prove they exist and operate in the given sector successfully?

I personally think the answer to the question is far from being definite and depends of the nature of products and services offered. If of a purely material nature (machines and equipment, transport, handling, warehousing technology, automation components, etc.), you can exhibit or even show them to prospective customers. If your fair goods cannot physically fit into your stand, you can exhibit functional models. Such models are often useful also for illustration of the offered logistic service, for example road, inland waterway or air transport or warehousing. The exhibitors' position is incomparably more complicated in case of IICT products and services (IICT is a common collective title for information, identification and communication technology): if the offered product has physical dimensions (for instance a mobile terminal), it is usually similar to other, competitive products. And in case of software presentation methods are even more limited: a screen of a LCD monitor showing a „superb“ user interface will hold hardly anybody's interest today (as they all look more or less the same), leaflets and presentations are mostly prepared by employees and PR agencies trained in the same principles of modern „market“ marketing, and if a presentation is not „doped“ by attractive

giveaways, the number of presenters and listeners is in many cases equal. A fresh breeze in the drabness of fair days is „happy hours“ organised by bigger exhibitors, during which stands get full after all and fresh products are offered to both visitors and exhibitors right from the „company kitchen“.

The situation of both exhibitors and visitors at stands of IICT companies is therefore difficult. The former ones try to catch visitors' attention, diversify, the latter ones try to get a maximum load of information and contacts that can be used in resolution of their problems and tenders in the future. In a better case they arrive home with a bag full of leaflets and business cards, in a worse case giveaways only. Plus aching feet and head.

I am convinced that in overwhelming majority of cases selection of a IICT supplier or partner doesn't start or end by a visit to a fair. I've already talked about how difficult it is to establish such a relationship and choose the right solution in Logistic News. Despite that fact, let me repeat and elaborate some key principles, or put them in the context of the preceding lines. It is indisputable the first selection aspect is the product quality and the extent of its ability to fulfil the assignment's requirements (which should be clearly specified and the level of their fulfilment should be unambiguously measurable). The second, no less important selection criterion is naturally the price. The third, but – as my experience shows – by far not the least factor is the supplier's competence, that I personally imagine as a mix of know-how both in the field of IICT and in the area for which the solution is offered (that is why not only purely software companies are successful in the field of logistic applications), professional and personal qualities of the realisation team and their approach to customers (whether the supplier prefers a long-term, mutually balanced and open partnership over a „single-shot“ relationship.). Which of those qualities can be identified at a fair? Just few, but still something: next to the way the company presents itself, the culture of treatment of (prospect) clients, it is for example its relation to competitors. In the enclosed space of exhibition pavilions it often takes only a few steps to get from a competing stand to another and a befitting remark or question can help you find out quite easily how much the company's representatives know about their competitors, what they think of them and how they diversify from them. Poor knowledge of competitive products or intentional accentuation of their weaknesses compared to their own products or services may suggest quite a lot about the corporate culture and signal that the potential business relationship wouldn't necessarily be trouble free. A possibility to assess your potential suppliers from the above mentioned view points may be one of the biggest benefits of your visit to any exhibition or fair. And for that reason I hope, dear readers, that your visit to the exhibition grounds in Brno came up to your expectations and shifted you a step further towards resolution of your logistic issues.

Josef Černý works for ICZ a.s. as a consultant and head of the logistic applications team.

