

יש לבדוק את נותן השירותים כל הזמן - ולא רק בתחילת ההתקשרות

אביגדור הביט בהצעת המחיר של בית הדפוס, עמו הוא עובד זה ארבע שנים, ולא האמין: ההצעה הייתה יקרה ב-20% מהצעות המתחרים! אביגדור, מנהל מפעל גדול, נדרש מדי חודש לעבודות דפוס רבות: עבודות פשוטות, עבודות מורכבות, עבודות קבועות ועבודות מזדמנות. את בית הדפוס הנוכחי מצא לפני כארבע שנים. אז טרח, בדק, חקר והשווה, בעיקר השווה. את כל הנתונים הכניס לטבלה מסודרת. רק כאשר היה משוכנע כי בית הדפוס תחרותי מבחינת מחיר (יחסית לעלות, כמובן) – רק אז החל לעבוד עמו. היחסים היו קורקטיים ומקצועיים: אביגדור דאג כי הזמנות העבודה תצאנה בזמן, ואילו בית הדפוס דאג לספק את העבודות ביעילות ובמהירות. כך נמשך המצב במשך ארבע שנים, והכול פעל כשורה; אבל אז קרה דבר במפתיע ששינה את כל התמונה:

באמצעות הפקס קיבל אביגדור פנייה, ובה נאמר: "אם אתה עובד עם ספק דפוס קבוע – זה הזמן לבדוק אותו". את המודעה פרסם בית דפוס גדול ומכובד. הוא לא ידע מדוע, אבל חייג למספר החינם שהופיע שם. למחרת היום הופיע נציג המכירות והתבקש על-ידי אביגדור להתייחס לכמה עבודות דפוס, שהם מבצעים באופן קבוע מדי חודש, ולהציע הצעת מחיר לביצוען. כעבור יום קיבל את הצעת המחיר. הוא הביט בה ושוב, וכמו לפני ארבע שנים בדק, חקר והשווה. כך הופתע לגלות כי המחירים של הספק הקבוע שלו יקרים ב-20% מהצעת המחיר שלפניו. חשש התגנב ללבו, אך הוא לא התעצל והבין מה עליו לעשות: הוא יצר קשר עם שלושה בתי דפוס איכותיים וביקש הצעות מחיר גם מהם. כשקיבלן לא היה לו עוד ספק: כל אותה התקופה ניצל הספק הקבוע שלו את נאמנותו המוחלטת, והעלה את המחיר שוב ושוב. כעת טלפן אביגדור לספק הקבוע שלו. הוא ביקש לדבר עם בעל העסק, וזה שמח לדבר אתו (איך לא? הלקוח הוא "פרה חולבת"). מהר מאוד הפכה השיחה לנוקשה ולתכליתית, בה ניסה אביגדור להבין כיצד הפך הספק הקבוע שלו מאטרקטיבי ליקר ביותר, ובהפרשים כה גדולים.

מאמציו של בעל בית הדפוס להסביר את ההפרש הגדול לא צלחו, ויחסי המפעל ובית הדפוס נפסקו לאלתר.

ויש גם מסקנות

קודם כול – אכן, הדבר הטוב והנכון הוא לחקור, לבדוק ולהשוות בפעם הראשונה, בטרם תחילת התקשרות עם ספק קבוע או חד-פעמי, את כל הנתונים – עלות מול תועלת.

אם מדובר בספק קבוע, דאגו לבדוק כמה פעמים לאורך תקופת ההתקשרות אם המחירים/תנאי האשראי/השירות הניתנים על-ידיו עדיין תחרותיים.

סוגרים "חוזה לטווח ארוך"? דאגו כי בחוזה תהיה התייחסות לנושא האטרקטיביות. כך, לדוגמה, אם אתם מקבלים שירותי דפוס לאורך זמן, דאגו כי בית הדפוס יתחייב לשמור על רמת מחירים שאינה עולה על המקובל בשוק.

דאגו להחזיק טבלת מחירים מעודכנת.

ודאו שהספק שלכם יעדכן אתכם כל אימת שהמחיר שלו עולה. העדכון צריך להיות רשמי, כלומר

באמצעות פקס או דואר-אלקטרוני – ולא בעל-פה.

לא לשכוח! אם יש לכם ספק קבוע, פירוש הדבר שאתם כנראה לקוח קבוע חוזר ואיכותי עבורו. דאגו שהדבר יהיה לטובתכם, ולא לרעתכם