

„Rozmawiajmy o pieniądzach!”, czyli dlaczego określając budżet ułatwiasz życie nie tylko dostawcy rozwiązań IT, ale (przede wszystkim) sobie

Podobno „dżentelmeni nie rozmawiają o pieniądzach”. Ta reguła nie ma jednak racji bytu w biznesie, gdzie klarowność w kwestii finansów to priorytet. Nie inaczej jest w branży IT. Dlaczego określenie budżetu już na etapie wysyłania zapytania ofertowego jest tak istotne i daje wymierne korzyści obu stronom? Wyjaśnia ekspert w dziedzinie tworzenia aplikacji mobilnych, Bartosz Pieślak z itCraft.

Najpierw kilka słów odnośnie tego, co rozumiemy przez **ofertę**. W itCraft dzielimy je na:

1. Pełną ofertę zawierającą zespół, architekturę, metodologię, zakres funkcjonalny i inne w formie rozbudowanego dokumentu
2. Szczegółowe rozbieżności zakresu na tabelę z wymaganiami funkcjonalnymi i niefunkcjonalnymi, z przypisaną pracochłonnością i ceną (najpopularniejsze)
3. Oszacowanie projektu w mailu na bazie doświadczeń, wraz z cennymi poradami, wskazówkami, sugestiami

Nad każdą (bez wyjątku) z ofert pracuje architekt rozwiązania. Stworzony przez niego materiał przekształcamy w taki, który bezpośrednio adresuje pytania przyszłego zleceniodawcy. Uwzględniamy w nim testy, pomyłki i otoczkę formalną. Tak właśnie powstaje **estymacja** – żadnych automatycznych odpowiedzi. Tylko praca zespołu technicznego, który uznaje rozwiązania jakościowe, a nie budżetowe.

Kto wysyła zapytania ofertowe?

Wróćmy jednak do naszego eksperymentu. Spośród analizowanych przez nas zapytań 88 wysłały małe firmy, 354 (sic!) pochodziły z niewiadomego źródła albo od osób pracujących w firmach, które z różnych powodów nie chcą się ujawniać, a skromna reszta to znane marki lub solidne firmy.

Jeśli pracujesz w firmie usługowej IT ten rozkład wygląda pewnie dość znajomo, choć wielu „kolegów po fachu” już na swojej stronie deklaruje, że obsługuje tylko przedsiębiorstwa z 3-letnim albo dłuższym stażem (z biznesowego punktu widzenia to świetna decyzja, ale naszym zdaniem pozbawia trochę „fun’u”).

Ile to trwało i „dlaczego tak długo”

Mimo że większość zapytań skupiała się na prośbie o wycenę aplikacji, czas przygotowania ofert był różny. 58 z nich przygotowaliśmy w mniej niż 2 godziny – to te zwykle krótkie zapytania mailowe, do których nie udało się umówić follow-up’ów. 132 kolejne zrobiliśmy w mniej niż 8 roboczogodzin. A reszta? To oferty, których stworzenie pochłonęło więcej niż 8 godzin oraz zapytania, które nie doczekały się oferty z naszej strony, bo mimo starań nie



Bartosz Pieślak, itCraft | fot. itCraft

dało się ich stworzyć na podstawie zbyt skąpych informacji.

W sumie poświęciliśmy więc na to (wliczając konsultacje przedsprzedażowe i doradztwo) ok. 4320 godzin pracy różnych ekspertów. **To aż 540 dni roboczych.** Dużo, ale zrobiliśmy to (pierwszy i ostatni raz), by zebrać wiedzę, jak stworzyć, kolokwialnie mówiąc, „lej sprzedażowy”, który nie pograży firmy w długach.

Zapytania, które konwertują

A teraz uwaga: ponad 60 proc. umów zawarliśmy z firmami, które w analizie przedsprzedażowej określiły **ramy budżetowe**. Dlaczego to takie ważne? Bo pozwala nam wszystko wyliczyć i już podczas wstępnej rozmowy oszacować, ile maksymalnie warto zainwestować w dane rozwiązanie, by się opłacało.

Rozmawiajmy o pieniądzach!

Niestety, pełne informacje i określenie możliwego budżetu przez potencjalnych klientów to wciąż rzadkość. A bez nich trudno trafić z ofertą zgodną z ich oczekiwaniami, co dla nas jest priorytetem.

Bywa też, że zamawiający - ambitnie lub nieświadomie - twierdzi, że budżet nie gra roli, by po poznaniu propozycji rozwiązania, na które spożytkowaliśmy wiele czasu, energii i know-how zwyczajnie zerwać kontakt. Dlatego **rozmawiajmy o budżecie** – dzięki temu dostawca będzie w stanie zaproponować odpowiednie podejście technologiczne, alternatywne rozwiązania (doradzi, jak zrobić to inaczej, z czego zrezygnować, a co uwypuklić, żeby mieszcząc się w budżecie utrzymać cel) lub odmowi, jeśli na podstawie doświadczenia uzna, że „się nie da”.

Takie podejście oszczędza czas obu stronom i eliminuje z obiegu oferty nie mające szans realizacji. Chcemy doradzać jak najskuteczniej, więc im więcej wiemy, tym lepiej wykonamy swoją pracę. Po prostu.

Jak to robią na Zachodzie

Przykład z grudnia 2017. Zapytanie z Niemiec. *„Dzień dobry, jestem organizatorem cyklicznych imprez w Berlinie. Potrzebuję aplikację iOS i Android do łatwego kupowania biletów dla stałych klientów. Mój budżet to 25 tys. euro [...]”.*

I to jest bardzo dobre podejście, bo od razu wiemy, o jaką klasę rozwiązania chodzi. Niezależnie od tego, czy przesłany w pierwszej fazie brief ma 3 akapity czy 10 stron z ilustracjami – wymiar budżetu od razu stawia pewne ramy i pozwala ocenić, czy mamy do czynienia z rozwiązaniem hiper-nowoczesnym, rozbudowanym czy bardziej standardowym.

Co zyskam, jeśli podam budżet?

1. Zwiększysz swoją wiarygodność jako potencjalnego klienta, przez co **więcej firm odpowie na Twoje zapytanie** profesjonalną ofertą.
2. **Zaczniesz porównywać przez pryzmat jakości (co jest bardzo ważne), a nie ceny.** Narzucając ramy budżetowe zarówno klient, jak i dostawca mogą wskazać, co i jak by zrobili zamiast konkurować ceną.

3. Od razu dowiesz się, czy realizacja pomysłu we wskazanym budżecie ma w ogóle sens. Dzięki temu unikniesz godzin spotkań, których efektem będą oferty w nietrafionym pułapie finansowym. **Innymi słowy: oszczędzisz czas i szybciej podejmiesz decyzję, czy ruszać z realizacją.** Tylko tyle i aż tyle.

Na koniec nie pozostaje mi życzyć nic innego niż tylko (i aż!) udanych, nienaganych jakościowo realizacji i obopólnego zadowolenia ze współpracy.

– Bartosz Pieślak, itCraft.

itCraft s. c.

Warszawa, Bydgoszcz
Telefon: + 48 609 848 011
E-mail: oferty@itcraft.pl
www.itcraft.pl
www.itcraft-mobile.pl
www.itcraftapps.com

itCraft to jedna z wiodących w branży IT spółek technologicznych specjalizujących się w tworzeniu oprogramowania dla firm oraz w dostarczaniu innowacyjnych dedykowanych aplikacji. Swoją działalność na polskim rynku prowadzi od 2009 roku, pod marką itCraft funkcjonuje od 2010 roku. Efektem wieloletniego doświadczenia i kompleksowego zakresu działań jest współpraca z klientami reprezentującymi szerokie spektrum branż. Należą do nich między innymi specjalistyczne przedsiębiorstwa, ośrodki medyczne, banki, znane marki z branży kosmetycznej, logistycznej czy handlowej.

itCraft realizuje systemy kompleksowo, posiada zespoły które zajmują się całym procesem wytwórczym oprogramowania. itCraft to przede wszystkim aplikacje mobile Android i iOS, dedykowane systemy internetowe w technologiach Java, Google Cloud i innych.