



OFFICENET

Simplifica tu vida en el trabajo



that was easy.™

Mercado

Officenet es la mayor empresa de provisión de productos de oficina de la Argentina.

Atiende desde 1997 a dos segmentos bien diferenciados: por un lado, el de pequeñas y medianas empresas; por el otro, el de las grandes. Además, a partir de 2007 comenzó a desarrollar el negocio de individuos.

Con sede en la Capital Federal realiza entregas a todo el país, con fuerte presencia en Buenos Aires, Rosario y Córdoba.

Si bien no existen cifras oficiales de participación de mercado, se estima que Officenet posee un market share de alrededor del 5% en la Argentina.

La firma es parte del grupo Staples, la compañía N°1 del mundo en provisión de insumos para oficina, con presencia en 23 países y ventas por 19.000.000.000 de dólares en 2006.

Logros

Officenet mantiene su liderazgo en el mercado de productos de oficina desde sus comienzos, con una estructura y equipo de personas que la distinguen de la competencia.



nació el primer proveedor integral de productos de oficinas para todo tipo de empresas.

A tres años del inicio de sus operaciones, en agosto de 2000, se expandió a Brasil donde repitió el éxito logrado en la Argentina, manteniendo un crecimiento sostenido desde entonces.

En noviembre de 2004 unió sus fuerzas con Staples, el proveedor de productos para oficina más grande del mundo, y comenzó una nueva etapa de crecimiento a nivel regional.

Hoy Officenet está totalmente enfocada en brindar soluciones a sus clientes, ofreciéndoles atención personalizada, un muy amplio surtido de insumos y variedad de productos a través de sus catálogos, contando con una capacidad de abastecimiento única en el mercado y operando con una infraestructura

tecnológica de avanzada que permite brindar un servicio de excelencia.

Producto

Officenet provee más de 6.600 productos de oficina a sus clientes, distribuidos en siete unidades de negocio: librería, papelería, insumos,

School, donde se escribieron dos casos de estudio titulados "Officenet: Making Entrepreneurship Work in Argentina" y "Officenet: After the merger".

- Obtuvo el premio Mate.ar al mejor sitio web en e-commerce en el año 2000.
- En 2001 Santiago Bilinkis, uno de sus fundadores, fue elegido "Entrepreneur of the year" por la Organización Endeavor.

Historia

Officenet fue fundada en 1997 por Santiago Bilinkis y Andrés Freire, dos jóvenes profesionales que detectaron la oportunidad de brindar una solución integral para la compra de productos de oficina que diariamente realizan las empresas.

Tras un análisis del mercado norteamericano, donde la venta por catálogo de insumos para oficinas es un concepto consolidado, presentaron el proyecto a un grupo de inversores quienes no dudaron en conformar junto con ellos el directorio de la nueva compañía.

Así, con 10 empleados, 7.000.000 de dólares de inversión inicial y una camioneta de repartos



Luego de haber pasado por distintos grupos inversores, fue adquirida por Staples en noviembre de 2004, gracias a sus valores y estructura que demostraron su potencial de desarrollo en el mercado Sudamericano.

Algunos de sus mayores logros:

- Fue seleccionada por Harvard Business





máquinas, muebles, cafetería y alimentos, y seguridad e higiene.

Las principales marcas que maneja son Ledesma, 3M, HP, Avery y Kimberly Clark, entre muchas otras.

Además de la venta a través de su sitio web, cada cliente cuenta con un ejecutivo de cuentas personalizado, quien atiende sus necesidades. Las grandes empresas, además, disponen de Supply Site, una herramienta de procurement personalizada.

Desarrollos recientes

El negocio de formularios personalizados es un fuerte desarrollo de Officenet, que permite tercerizar el almacenamiento de productos no estratégicos de sus clientes, reduciendo costos y haciendo uso de su know how en logística.

Además es el único que provee productos marca Staples, cuya principal característica es la innovación y la alta calidad a un excelente precio.

Por otra parte, en 2005 comenzó a efectuar mediciones de la satisfacción de sus clientes en forma permanente, transformándose en una acción habitual y dato clave en la gestión de su equipo de management.

La actualización de su site en 2006 hizo que la compra por Internet sea más fácil y rápida. Para garantizar esto, se efectuaron pruebas con no videntes (con apoyo de la Biblioteca para Ciegos), quienes garantizaron que "la página Officenet se encuentra en las mismas condiciones que las páginas especializadas en venta de artículos tiflológicos (artículos relacionados con la discapacidad visual)".

Dentro de su equipo, Officenet cuenta con

asociados que han formado un grupo de responsabilidad social empresaria, el cual desarrolla distintas acciones comunitarias y colabora con instituciones con iguales fines como Ashoka y La Usina.

Como parte de su política de transparencia, sus asociados (entre ellos, el Gerente General) son los primeros bloggers corporativos de la Argentina, contando proyectos, discutiendo ideas y recibiendo comentarios y quejas de manera abierta.

Promoción

La principal herramienta de promoción de la empresa es su catálogo de productos, publicado anualmente y con más de 350 páginas a color que contienen productos, publicidades de sus proveedores e información institucional.

Publica además mensualmente una revista de ofertas y distintos catálogos especiales de las unidades de negocio principales, que suman 72 páginas a todo color.

Algunas acciones en medios realizadas fueron publicidad en radio y gráfica en vía pública.

Participa además de distintos eventos del sector y realiza otros propios, pero la principal arma de promoción continúa siendo la recomendación de los clientes actuales.

Valores de la marca

El principal valor que caracteriza a la marca es "easy", alineado a su mensaje de simplificar la vida en el trabajo a través de sus productos y de su servicio.

La innovación constante es otra característica fundamental de la marca, que puede apreciarse a través de productos novedosos como la abrocha-

dora "One Touch", de gran capacidad sin ningún esfuerzo, empujado también por ser Officenet una empresa joven en términos de años en el mercado, así como de edad promedio de sus asociados.

Los valores de la empresa se traducen en la orientación constante a la satisfacción del cliente.

www.officenet.com.ar

Lo que usted no sabía sobre Officenet

- Officenet, así como Staples, considera a sus empleados como "asociados" de un mismo equipo orientado a alcanzar resultados.
- Posee cerca de 280 asociados y más de 12.000 clientes activos.
- Procesa más de 800 pedidos por día.
- Officenet tiene claros objetivos de satisfacción al cliente. En 2006, el 70% de ellos calificó al servicio con un 5, en una escala de 1 a 5.
- La edad promedio de los asociados de Officenet es de 31 años, y la antigüedad promedio entre cuatro y cinco años.
- Andrés Freire y Santiago Bilinkis, cuando comenzaron el proyecto, tenían 25 y 26 años, respectivamente.
- Alineando todas las resmas que Officenet vende en un año sobre la Ruta 2, se puede llegar a Mar del Plata, y sobrarían resmas para hacer una torre, poniendo una sobre otra, de 31 kms.

