

PROUČEVANJE PRIMERA

Opisano za projekt: The Hexagonal Leader

Ime organizacije

UNIELECTRICA

Spletna stran organizacije

WWW.UNIELECTRICA.COM

Logotip organizacije



Vrsta organizacije

- Poslovna organizacija
 Javna uprava
 Nevladna organizacija
 Drugo (Katera?)

Velikost organizacije

- Majhna
 Srednja
 Velika

Gospodarski sektor

Energija

Kratek opis organizacije

UniEléctrica se predstavlja kot alternativa tradicionalnim energetske podjetjem. Je dinamično in dostopno podjetje, ki odjemalce oskrbuje z energijo iz obnovljivih virov. »Na voljo vam je izkušena ekipa energetskega sektorja s kakovostnimi storitvami, ohranjanjem družbene zavezanosti in v boju proti klimatskim spremembam, ki poskrbi za zadovoljitev vaših potreb po energiji.« piše na spletni strani organizacije, kjer je izpostavljeni njeni glavni cilji, in sicer, da svojim strankam ponujajo:

- oskrbo z električno energijo po konkurenčnih cenah z računom, ki ga je enostavno prebrati in razumeti.
- Ponudbo popustov z zavezo, da jih ohranimo vsaj 12 mesecev.
- V primeru nepričakovanih dogodkov aktiviramo obrambo pred distributorji v vašo korist.
- Stalno svetovanje o varčevanju z energijo in boljšo učinkovitostjo.
- Optimiziranje in prilagajanje storitev vašim željam s transparentnostjo in takojšnjim odzivanjem, brez da izgubljate čas preko telefona ali v dolgih vrstah.

Opis proučevanega primera (situacije/problema, s katerim se soočajo) [maksimalno 2000 znakov]

Podjetje je bilo ustanovljeno leta 2014 zahvaljujoč liberalizaciji trga iz leta 2005/2006, ki ni bila zaključena še nekaj let po tem. Pred tem je bil trg zastavljen kot oligopol. Leta 2014 je ustanovitelj partner (ki je prav tako iz Cordobe) ugotovil, da v podjetjih obstaja potreba po možnostih, ki bi jim omogočala varčevanje z energijo. Pred tem je bila dobava kot davek, odvisna od lokacije odjemalca. Dandanes se podjetja in posamezniki vse bolj odločajo za zmogljivosti, kakršne ponujamo mi.

UniEléctrica, ki trži energijo in je nastala leta 2013, je imela že v samem začetku dve oviri:

- hudo gospodarsko krizo, ki je v zadnjem desetletju ohromila Španijo,
- vstop v posel, v katerem so dominirala ogromna podjetja, ki so imela uveljavljen monopol na nacionalnem energetske trgu.

Kljub vsemu je podjetje postalo vodilno na celotnem andaluzijskem trgu kapitala, ko je vsako leto podvojilo dobiček. UniEléctrica je v letu 2015 s 14000 strankami in bruto dobičkom 84,51 milijonov evrov, prišla do 130000 pogodb po celotni Španiji z letnim dobičkom 440,1 milijonov evrov leta 2019. prihodki so se leta 2020 rahlo znižali zaradi pandemije in zmanjšanja porabe energije.

Predlagane rešitve (dodatki za in proti)

Zasnova podjetja bi lahko bila eden od odgovorov. UniEléctrica je v bistvu posel ustvarjen iz Fersoftove infrastrukture, ki je podjetje iz Cordobe, s 30-letnimi izkušnjami v računalniških storitvah za podjetja, ima tudi distributorje in je izvajalec svojih storitev na nacionalni ravni.

Diego Montes, generalni direktor podjetja, je prepričan, da jim je podpora podjetja Fersoft omogočila doseči vso Španijo, a je obenem izkoristila know-how podjetja za izboljšanje svojega poslovanja. Prodajna podjetja na teh trgih kupujejo energijo vsakodnevno po določenih cenah in da bi dobili pravo količino, morajo dobro poznati porabo njihovih klientov ter celo vedeti, kako bo s porabo v prihodnje. »dejstvo, da imamo informacijsko bazo, je za nas zelo dobro.« pravi Montes.

Njihove glavne storitve so oskrba z razsvetljavo in plinom, z zavezanostjo obnovljivim virom energije, saj električna energija, ki jo prodajajo, prihaja izključno iz naravnih virov. Velika večina njihovih konkurentov so elektro podjetja, ki tega nimajo, tako da se Unieléctrica želi razlikovati od ostalih po produktu in zlasti po prilagoditvi storitve posamezniku. Razsvetljava, ki pride do naših domov in v podjetja je enaka, vendar si podjetja zagotovijo, da njihova energija prihaja iz obnovljivih virov, kar ima za posledico nižje stroške. Klientom in distributerjem ponujajo storitve, ki so pregledne.

Poleg razsvetljave in plina, Unieléctrica ponuja vse rešitve na področju energetske učinkovitosti, ki so na trgu in strankam zagotavlja prihranke. Na primer, ponujajo tehnološke rešitve kot so strojna in programska oprema za upravljanje energijske porabe v podjetjih. Prav tako ponujajo rešitve za lastno porabo, polnilnike za električna vozila, vgradnjo LED svetil in drugo. Gre za zmanjšanje porabe energije in s tem tudi stroškov.

Podjetje se želi razlikovati s ponudbo možnosti financiranja začetnih izdatkov, ki so povezani z namestitvijo storitev. Nekatera podjetja si ne morejo ali ne želijo privoščiti začetnih izdatkov, zato jim ponujamo financiranje le-teh preko tehnološkega lizinga, ki je dodan računu za elektriko.

Izbrana rešitev

Dejstvo, da je bila v začetku Unieléctrica majhna, ji je onemogočilo konkurenčnost iz enega razloga: »Energetski stroški so enaki za vse, ampak so cenejši, ker smo manjši.« Unielectrica se osredotoča samo na podjetja in samozaposlene, ne na posameznike. Razlog za to je ta, da fizični osebi sicer lahko ponudijo popust, ampak bi se ta v prihranku pokazal kot zanemarljiv, tako da se jim to ne izplača.

V primeru podjetij je znižanje cene bolj opazno in zato jim Unielectrica naredi dva tipa ponudbe: v prvem primeru je to pavšal, ki zagotavlja enako plačilo vse leto in bo znesek enak ali manjši od povprečne vsote računa, ki ga je plačal do takrat; v drugem primeru je to stopnja, pri kateri stranka poleg stroškov energije plača tudi majhno provizijo, katera predstavlja maržo Unieléctrice. »To je podobna formula tisti, ki jo ima Euribor,« je razložil Montes. »Stranka plača glede na ceno električne energije, ki je bila takrat na trgu z dodano razliko,« je še dodal.

Po drugi strani ima Unieléctrica posreden kanal svetovalcev za energijo, ki se prosto odločajo za sodelovanje z nami, zaradi storitve, profesionalizma in tehnoloških orodij, ki jim jih ponujamo. Naša prva stranka je distributer, za katerega si zelo prizadevamo, saj nam omogoča veliko prodornost na trgu.

Znotraj podjetja imajo prilagojeno strukturo, specializirano za različne oddelke, ki nudijo celovito podporo vsakemu distributerju, tako da dosežejo hitro, pregledno in učinkovito upravljanje.

Utemeljitev sprejete odločitve

Podjetje je z enakimi parametri še povečalo modele, ki jih je izvedlo v prvih dveh letih, čeprav so prilagojeni novim razsežnostim. Prilagajajo maržo, da kupcem po vsej Španiji ponudijo konkurenčne cene, posebej freelancerjem ter majhnim in srednjim podjetjem, saj so študije pokazale, da so prihranki lahko tudi do 30%, tako se načrtuje zamenjava svetilk z LED svetilkami, brez dodatnih stroškov in vse je v okviru obnovljive energije.

Vpeljava rešitve v prakso

Vse od začetka in še naslednjih prvih šestih letih, je podjetje baziralo na stalni in trajnostni rasti. Unieléctrica je kmalu razumela, da njen razvoj ni povezan samo z začetnim pristopom in spoštovanjem vrednot, ampak tudi z razvojem miselnosti, ki je vključevala širitev izven glavnega trga, na katerega se je zanašala v prvih korakih.

V skladu s strategijo rasti, so ostale odločitve bile povezane z združitvijo z Audax-om, velikim španskim podjetjem za distribucijo in proizvodnjo energije, ki je prisotno tudi na Portugalskem, v franciji, Italiji, na Nizozemskem, v Nemčiji, na Poljskem in v Panami. Združitev je omogočila zelo konkurenčne cene in ponudbo konkurenčnejših produktov, ki predstavlja dobro alternativo tradicionalnim elektroenergetskim podjetjem.

Z oblikovanjem zaveznitva je nastala entiteta, ki se po določenih lestvicah uvršča kot sedma največja tržna skupina v Španiji, poleg tega se je občutno povečal promet obeh skupin.

Obe energetske skupini izstopata po tem, da sta močno zasidrani v segment majhnih in srednje velikih podjetij, čeprav sta obe, Unieléctrica and Audax, v zadnjih mesecih vstopili v stanovanjski segment in sta pionirji v svojih matičnih podjetjih pri ponujanju 100% obnovljivih virov energije- tako z ekonomskimi prednostmi, kot tudi v očeh javne uprave in klientov ob upoštevanju njihove družbene zavezanosti.

Politika poslovanja, rast in razvoj je rezultiralo v zaključek proračunskega leta 2020 s porastom pogodb za 26,5% ter dosežkom le-teh v številu več kot 164000. Vse to so dosegli, kljub temu, da so njihove glavne stranke utrpeli veliko socialno in zdravstveno krizo, povzročeno s Covid 19 pandemijo. Ne glede na vse ovire, je podjetje s svojo poslovno strategijo uspelo obdržati pozitivno število in doseči bruto promet skoraj 391 milijonov evrov.

»Uporaba strategij v praksi je Unieléctrico privedlo do komaj opaznih učinkov globalne krize, tako da je leta 2020 prestala le 13.77% upad zaradi zmanjšanja porabe energije.« pove upravni direktor družbe, Diego Montes, in doda »srednja in majhna podjetja, samozaposlene, hotele, catering ter lokalno podjetništvo podpiramo bolj kot kadarkoli. Osredotočamo se na njihove potrebe, saj si le s skupnimi močmi lahko opomoremo od krize.«

V zvezi s takšno vizijo prihodnosti, se je uvedel še eden od ukrepov, ki so bili izvedeni v zadnjih mesecih v skladu s strategijo in miselno razgibanostjo- to je gradnja in prihodnja selitev na podjetja na novi sedež v Cordobi. Nova stavba, ki bo imela 4000 kvadratnih metrov, bo dober primer trajnosti, saj bo grajena kot inteligentna stavba, uporablja bo sončno energijo, prav tako bo varna z zdravstvenega stališča in vsebovala bo biovarnostne mehanizme. Poleg tega bo novi sedež lociran v razvojni coni mesta, kar zavezuje podjetje k rasti in zagotavljanju ustreznih struktur, tako da spodbuja urbano načrtovanje, družbo in gospodarstvo tega območja mesta.

»Pet let nazaj smo podobno naredili s sedanjim sedežem, vendar so naše sanje postale majhne v skladu z rastjo podjetja. "Five years ago we made a similar effort with our current headquarters, but it does not weigh on us that our best dreams have become small in line with the growth of the company. Sedaj želimo mestu dati nov zagon v trenutku, ko je to najbolj potrebno,« so povedali v podjetju.

Naučena lekcija

V podjetju je struktura prilagojena različnim oddelkom, saj tako zagotovimo celostno podporo vsakemu distributerju in s tem dosežemo, da je upravljanje hitro, pregledno in učinkovito.

Podjetje je ponosno, da nima veliko strank, ampak ima zelo zadovoljne stranke. Osredotočamo se na zadovoljstvo strank, in sicer tako, da storitve prilagodimo potrebam vsaki od njih. Ponosni smo, da ohranjamo zvestobo strank skozi kakovost in prihranke z našimi storitvami.

»Seveda nas je trenutna situacija s Covid 19 veliko naučila,« povedo v podjetju. Zato smo v teh težkih časih za naše stranke pripravili sklop ukrepov, poleg tega, da smo uvedli tudi prvo solidarnostno električno tarifo. »Želimo si dati vrednost in postaviti na prvo mesto družbeno zavest ter pomagati ranljivim skupinam. Poskušali smo se približati našim strankam in distributorjem v ključnem trenutku za njih, da smo jih poklicali in izkazali interes za njihove težave, pri tem smo jim vedno pomagali tako, da so imeli najboljšo možno korist,« pravi Germán Morales, vodja marketinga in komunikacij v UniEléctrici.

Druga lekcija, ki smo se je naučili skozi leta je ta, da je miselna razgibanost povezana z povečanjem delovne sile, pri tem pa poudarjamo pomembnost človeka v skupini. Podjetje se trudi svojo kulturo in vrednote privzgojiti vsem zaposlenim, ki se pridružijo naši avanturi. Tako v usposabljanje zaposlenih poleg samih tehničnih lastnosti, vključujemo tudi inštrukcije, medosebno in notranjo komunikacijo v podjetju, čustveno obvladovanje in vzpostavljanje odnosov v delovnem okolju.

Tako smo prišli iz začetnih 10, ko je bilo podjetje še v fazi »start up«, do trenutno 140 zaposlenih, s vključitvijo mladih talentov, ki predstavlja stalno prakso zaposlovanja. Ena od glavnih lastnosti je, da je osebje sestavljeno iz 50% moških in 50% žensk. »Oblikujemo večgeneracijsko skupino, ki dajo prednost učenju, integraciji in timskemu delu,« so izpostavili v podjetju, ki prav tako poudarja dejstvo, da je drugi element njihove filozofije, da so odgovorni položaji enako porazdeljeni med moškimi in ženskami.

Povezava s šestimi veščinami, ki so predstavljene v projektu

Študija primera je tesno povezana z nekaterimi od šestih osnovnih veščin, ki so opisane v projektu The Hexagonal Leader. Tukaj so ene od najpomembnejših.

- **Sprejemanje odločitev.** Strateške odločitve, ki jih sprejemajo vodje, so vedno povezane z vrednotami, ki doprinašajo družbi in stalni rasti, raznolikosti produktov, širjenju občinstva, iskanju novih trgov in sprejemanju izzivov v zvezi z tržnim in kadrovskim razvojem podjetja.
 - Unieléctrica je zelo dober primer **prožne miselnosti**. Že od samega začetka preizkušajo nove stvari. Poskušajo – naredijo napako, a jo spotoma popravijo. Podjetje je vedno šlo korak naprej, sprejelo odločitve, povezane z razvojem in izogibanjem skušnjavam, da njihov uspeh ne bi obstal. Kljub temu, da so se rezultati iz leta v leto dobri, je bil duh podjetja vedno v razvoju in rasti, tako v številu kot v kadrih in strukturi.