



Если продукт того достоин, он должен продаваться везде

Глава компании «ЕврАз-Логистик» **Самавдин Курпаев** делает ставку на кооперацию профессионалов.

Коллеги, позвольте представить компанию «ЕврАз-Логистик».

Мы считаем себя профессиональными мебельщиками. Но не делаем мебель и не умеем её продавать. Мы занимаемся мебельной логистикой и в этом компоненте мебельного бизнеса кое-чего достигли.

Деятельность логистической фирмы сводится, по сути, к решению простейшей задачи: из точки «А» нужно доставить груз в точку «В». Но тут же возникают вопросы. В какие сроки должен быть доставлен груз? Предназначен ли он одному получателю или группе лиц? Нужно ли просто доставить груз или требуются дополнительные сервисы? Есть ещё «в-четвёртых», «в-пятых», «в-шестых»... Ну и, наконец, во что обойдётся такая доставка?

Буквально на глазах простая задача превращается в весьма и весьма сложную, решение которой требует построения многоуровневой технологической цепочки, которая требует специальной организации процессов планирования, исполнения, контроля движения заказов, сервиса и связанной информации — от точки зарождения до точки потребления для полного удовлетворения требований потребителей.

Предлагаемое нами комплексное логистическое решение как раз охватывает весь

спектр перечисленных процессов. Проще говоря, **спектр услуг, которые мы оказываем мебельным компаниям, позволяет последним отказаться от собственной логистики.**

Конечно, для оказания подобных услуг необходимо иметь не только развитую инфраструктуру, но и соответствующие технологии. У нас есть и то, и другое.

В общей сложности на пике сезона «ЕврАз-Логистик» оперативно управляет портфелем в 30–35 тысяч заказов (часть из них только что принята, часть — в процессе исполнения, какие-то — в пути в регион отгрузки, какие-то — на стадии завершения). В нашей компании внедрена и успешно функционирует система объективного контроля над процессами, позволяющая вести непрерывный тотальный контроль всех этапов исполнения заказов. Приведу лишь несколько примеров.

После каждой сборки мебели установщик предоставляет фотоотчёт, в котором фиксируется не только факт сборки и качество проведённых работ, но и то, насколько опрятно выглядит сборщик, соответствует ли его внешний вид цивилизованным стандартам.

Внедрена система управления клиентскими звонками

на «горячую линию», благодаря которой мы смогли минимизировать время захвата звонка оператором колл-центра: оно не превышает 30-ти секунд при средней нагрузке 1000 — 1200 звонков в день.

При обращении клиента на «горячую линию» даётся ответ по заранее утверждённым правилам. Если оператор не имеет возможности ответить оперативно, в информационной системе формируется задание компетентным специалистам и устанавливается обратный счётчик, который позволяет контролировать своевременность обратной связи.

Внедрена система, позволяющая в режиме онлайн в динамике мониторить обработку заказов, готовых к выдаче.

Все наши ноу-хау мы готовы продемонстрировать потенциальным клиентам.

Кого «ЕврАз-Логистик» рассматривает в качестве потенциального клиента?

Во-первых, мебельные компании регионального уровня, желающие расширить границы своего бизнеса, но не имеющие возможности развернуть собственную логистику из-за дороговизны. Очевидно, что именно логистика становится для них барьером для дальнейшего развития.

Вторая группа — компании федерального уровня, не обладаю-

щие собственной логистикой или имеющие её в усечённом виде. Удивительно, но факт: на мебельном рынке немало известных производителей мебели, которые не строят свою логистику и не используют аутсорсинг. Работают они следующим образом: находят в каждом из интересующих их регионов крупного дилера, который и берёт на себя все расходы по логистике, сервису и т.д. Казалось бы, плюсы такой схемы очевидны: просто и незатратно. Однако в ней есть и целый букет минусов. Крупный дилер — фигура значимая, стало быть, плохо управляемая, с постоянно растущими требованиями. Когда такой дилер по тем или иным причинам расторгает договор с производителем, последний на некоторое время теряет часть региона, а то и весь локальный рынок. Вместе с тем, на местах работает огромное множество активных торговцев, обладающих средствами, достаточными для открытия салона, но недостаточными для организации логистики. И эта огромная армия предпринимателей оказывается вне интересов производителей, исповедующих подход «Пусть дилер позаботится обо всём». Самый же главный минус состоит в том, что, каким бы крупным ни был дилер, он не может обеспечить товаропроводящую цепь, которая гарантирует быстрое продвиже-

ние заказов от производителя до потребителя. Между тем, сроки поставки для покупателей мебели — вопрос в наше время столь же актуальный, как цена и качество товара.

Третья группа наших потенциальных клиентов — это компании, располагающие собственными логистическими мощностями. Загвоздка в том, что, как правило, это избыточные мощности. Ведь при обширной географии и сравнительно небольших потоках грузов по отдельным направлениям неминуемо возникают избыточные материальные и человеческие ресурсы. В хорошие годы на такой ресурсный «навес» можно смотреть сквозь пальцы, а в условиях кризиса это непозволительная роскошь.

Четвёртая группа — компании, активно занимающиеся интернет-торговлей. Одна из особенностей онлайн-продаж в том, что в большинстве случаев покупатель желает оплатить товар в момент доставки, в то время как продавец желает получить деньги вперёд. Стыковать эти позиции сложно, если у фирмы нет разветвлённой сети собственных филиалов. Очевидно, что из-за этого фактора интернет-магазины теряют покупателей. «ЕврАз-Логистик» поможет разрешить проблему. У нас во всех регионах присутствия развернуты операционные кассы, подтянуты инкассация и эквайринг. Мы имеем возможность вознаграждение обеспечить приём платежей за товар с последующим переводом денежных средств продавцу.

Мы обращаем внимание клиентов всех групп на практику западных мебельных компаний, которые давно и широко пользуются преимуществами аутсорсинга, сосредоточиваясь лишь на сфере ключевых компетенций.

Важная составляющая нашей деятельности — клиентоориентированность.

Это значит — мы уважительно относимся к потребностям и нуждам клиента, стараемся помочь ему, находя наиболее оптимальное, экономически взвешенное и оправданное для данной ситуации решение, остаёмся в русле тех ценностей, которые он проповедует.

Наша ценовая политика — лучшее доказательство клиентоориентированности. Цены на наши услуги формируются с учётом себестоимости, с обязательной ориентацией на минимизацию издержек клиента и на базе простых тарифов. Простые тарифы обеспечивают удобство контроля над бизнес-процессами благодаря единому счёту и единому договору, позволяют всем участникам процесса комфортно себя чувствовать.

У нас практически отсутствует такое понятие, как «счётчик». У многих логистических операторов обычно в тариф входят три дня бесплатного хранения на складе. Мы даём десять. Практика показывает, что в 10 дней любой клиент способен уложиться, и за дополнительное хранение ему платить не придётся.

Мы используем регрессивную шкалу расчёта стоимости услуг. К примеру, если покупатель в момент оформления заказа оформляет, помимо доставки, услугу «сборка», то тариф на доставку снижается на 20%.

Есть ряд функций, выполняемых нами, на которых мы не зарабатываем, ограничиваясь лишь покрытием расходов. Потому что эти функции мы рассматриваем как дополнение к основным процессам.

Это вовсе не означает, что мы готовы легко расстаться с деньгами или не хотим получать прибыль. Но самое важное для нас — долгосрочное и комплексное сотрудничество, мы стараемся быть стабильными во времени. Именно этот принцип заложен в стратегию развития нашей компании.

Мебельная логистика



Оптимальная топология складов

26287 м²
суммарная площадь складов

Высокая периодичность отправки грузов

127 экипажей
осуществляющих адресную доставку

более **100** единиц большегрузных автомобилей

233 специалиста
по установке мебели и сопутствующих товаров



127273, г. Москва, Березовая аллея, д. 5а, строение 7,
тел.: 8(800)555-70-88, 8(965)250-29-94

Почта: partner@evrazlogistik.ru

Сайт: www.evrazlogistik.ru