



Сегментация рынка

как инструмент повышения качества предоставляемых услуг

Юрий РАСТРЕПИН

*Руководитель отдела продаж
центрального офиса ООО Деливери*

Сегодня на украинском рынке логистических услуг работает множество компаний. Причем и крупные международные и национальные операторы, и сравнительно небольшие транспортные и экспедиторские фирмы предлагают, как правило, достаточно широкий спектр услуг по доставке практически любых грузов в любых объемах и по любым направлениям.

При этом ни для кого не секрет, что потребности клиентов в сегментах С2С, В2С и В2В далеко не одинаковы. Если в первом случае речь чаще всего идет о перевозке сравнительно небольшого груза из точки А в точку В по минимальной стоимости, то цели и задачи бизнес-клиентов далеко не всегда так просты и однозначны. Для них обычно важно не просто организовать транспортировку как таковую, но и рассчитать ее оптимальный маршрут, подобрать автомобили, соответствующие специфике груза, обеспечить соблюдение прописанных в договорах сроков доставки, а также целого ряда иных дополнительных условий.

Именно поэтому компания, нуждающаяся в регулярных разноплановых перевозках, вряд ли обратится к небольшому экспедитору, который при всем желании не сможет оказать все необходимые услуги в больших объемах с приемлемым уровнем качества. Куда охотнее такая компания станет работать с оператором, действительно способным предложить максимально полный комплекс услуг, к тому же, адаптированный к потребностям предприятий данного сектора рынка.

Чтобы обеспечить высокое качество обслуживания корпоративных клиентов, в компании «Деливери» применяется персональный подход в зависимости от специфики их грузов и потребностей в транспортном обслуживании. Необходимость в персональном подходе возникла именно в последние годы, когда из-за падения покупательной способности населения значительно сократились грузопотоки, и клиент стал более «определен».

В сложившейся экономической ситуации каждая компания стремится оптимизировать внутренние бизнес-процессы, а потому вынуждена осуществлять более сложные с технологической точки зрения логистические операции. И добиться успеха на рынке она может, как правило, только в сотрудничестве с опытным логистическим оператором, имеющим соответствующую техническую базу и профессиональные кадры, которые способны реализовать транспортно-логистические проекты под определенную бизнес-специфику, будь то сетевой ритейл или отраслевые направления. Причем к каждому клиенту нужен индивидуальный подход.

Ритейл

Для любого производителя и дистрибьютора заманчивым и желанным является представленность его товаров в крупных розничных сетях. В странах Западной Европы и США на сетевой ритейл приходится 60–80% продаж, причем типична ситуация, когда 3–4 ритейлера покрывают от 70 до 90% розничных продаж определенной продукции. Украине пока далеко до такого уровня консолидации рынка, но и у нас сетевая розница успешно развивается, особенно в крупных и средних городах.

При этом одни сети создают собственные распределительные центры и, соответственно, развивают свою систему логистики, другие отдают логистическое обслуживание на аутсорсинг. Но есть и такие, которые по-прежнему возлагают все логистические задачи на своих партнеров-поставщиков, т.е. тех же производителей и дистрибьюторов. И для них сотрудничество с опытным логистическим оператором становится важнейшим конкурентным преимуществом.

Для того, чтобы обеспечить это преимущество, провайдер логистики должен понимать особенности данного сегмента, хорошо знать ключевые потребности ритейла и его поставщиков. Только в таком случае он может гарантировать своим заказчикам действительно качественное обслуживание, которое не только позволит сократить транспортные затраты, являющиеся важной составляющей себестоимости продукции, и повысить таким образом конкурентоспособность своих торговых марок, но и обеспечит:

- регулярность и своевременность доставки (сроки поставки строго регламентируются получателем, и их несоблюдение может повлечь значительные штрафные санкции для поставщика);
- возврат документов;
- возврат паллет;
- разработку индивидуальной упаковки, позволяющей сохранить груз и его товарный вид в процессе транспортировки и погрузки/разгрузки;
- соблюдение специфики приема груза различными сетями;
- индивидуальное страхование;
- перевозку тяжеловесных и негабаритных грузов;
- ответственное хранение с возможностью расфасовки и точечной отправки.

Отраслевые решения

Логистические решения, разработанные специалистами «Деливери» с учетом индивидуальных потребностей предприятий конкретной отрасли или сегмента рынка, направлены на то, чтобы обеспечить:

1. Снижение затрат клиента. Поскольку расходы на логистику являются важной частью себестоимости продукции, их сокращение является важным фактором в формировании конкурентной стоимости продукта. Именно поэтому стоимость транспортных услуг и их удельный вес в товарообороте является для многих клиентов определяющим фактором при выборе логистической компании.

2. Регулярность и своевременность доставки. Зачастую отправитель и получатель являются звеньями одной технологической цепочки, и от регулярности и своевременности поставок зависит весь процесс производства.



3. Ответственное хранение с возможностью расфасовки и точечной отправки.

4. Индивидуальные решения для упаковки груза, позволяющие сохранить его при транспортировке и последующем постпродажном движении.

Индивидуальный подход

Потребность в транспортных услугах напрямую зависит от экономической ситуации в стране. Когда объемы производства и продаж сокращаются, это сразу отражается на транспортном рынке. Однако компании, предлагающие своей целевой аудитории оптимальные логистические решения, адаптированные под особенности конкретной отрасли и сегмента рынка, и в таких условиях могут не только сохранить, но и значительно упрочить свои позиции.

Лучшим доказательством тому является компания «Деливери», которой и в нынешних непростых условиях удается поддерживать стабильный рост и развитие, несмотря на высокий уровень конкуренции на рынке логистики. Своим главным конкурентным преимуществом и залогом успеха мы считаем **собственные отделы продаж и обслуживания клиентов**. Именно они в ответе за то, чтобы практически каждому клиенту корпоративного сектора был обеспечен индивидуальный подход, для каждого из них было разработано специальное предложение, исходя из специфики именно его бизнеса, а не общепринятых норм. Именно за таким подходом будущее логистического рынка.

Кроме того, очень важно предоставить клиенту возможность решать все свои вопросы с одним сотрудником компании и получать решения согласно своим потребностям и особенностям.

И благодаря тому, что в «Деливери» эти принципы неукоснительно соблюдаются, часто получается так, что клиент обращается к нам только за классической перевозкой, а в итоге приобретает полный комплекс логистических услуг, начиная от персонального агента и заканчивая разработкой индивидуальной упаковки для транспортировки груза.

Наши клиенты знают (и мы это подтверждаем на протяжении многих лет), что нет ничего невозможного – всегда можно пойти навстречу как в вопросах формирования маршрутов, так и в ценовой политике. Именно умением слушать и слышать клиента мы отличаемся от большинства операторов логистического рынка. Мы предлагаем своим заказчикам реальные, причем наиболее выгодные для них решения для их бизнеса, для их группы товаров. И пускай зачастую они требуют от нас значительных вложений (в частности, когда речь идет об отраслевой упаковке), но в этом и есть особенность рынка B2B – мы готовы развиваться и предлагать нашим клиентам новые возможности, причем на всех этапах логистической цепочки.