

## Практические аспекты клиентоориентированности при аутсорсинге логистики и внедрении новых логистических решений

---

Mikhail Taran, [mtaran@guardian.com](mailto:mtaran@guardian.com)

Import&Export Logistics Manager

# Наиболее распространенные стереотипы связанные с внедрением новых проектов:

Стереотипы и убеждения порождают комплекс вопросов и возражений, преодоление которых является одной из главных задач компании-интегратора логистических услуг:

1. **Сегодня все работает нормально. Нет смысла что-либо менять.** Не изменится ли качество клиентского сервиса относительно уровня, который мы имеем сегодня?
2. **Цена сервиса является минимально возможной, несмотря на компромисс в качестве сервиса.** Не будет ли итоговая цена сервиса выше, чем решение, которые мы имеем сегодня?
3. **Не верим обещаниям сторонних компаний** ( Будет ли реализованы на практике предлагаемые решения и будет ли эффект от их реализации отвечать нашим ожиданиям? )
4. **Изменения негативно повлияют на другие процессы компании** ( Имеются ли негативные последствия реализации выбора? Как будут функционировать остальные взаимосвязанные процессы?)
5. **Качественный сервис при низкой цене невозможен** (Возможно ли снижение стоимости без последствий для качества сервиса?)
6. **Обязательно в последствии образуются дополнительные не запланированные расходы. Расчеты не корректны** (не обнаружится ли в последствии что в расчетах были допущены ошибки и неточности ?)
7. **При положительном решении, не будет возможности вернуть прежнюю модель**( При реализации проекта возврат к прежней модели будет невозможен?)
8. **Не надежно, нет уверенности в завтрашнем дне.** (Насколько надежен и стабилен партнер и предлагаемая модель/ проект ?)
9. **Внутрифирменная информация будет более доступна для конкурентов** (что произойдет если конкуренты узнают о наших проблемах?)
10. **«Чудес не бывает».** Лучше оставить эту идею и потратить время на проекты, кажущиеся более реалистичным
11. **Изменения законодательства** ( не возникнет ли необходимость в ближайшем будущем менять модель в связи с изменениями в законодательстве? Актуально ли предложение в точки зрения перспектив развития отрасли? Будет ли оно актуально и конкурентно в обозримом будущем?)



## Базовые ценности и критерии выбора «что означает клиентоориентированность?»:

1. **Приятие и соответствие философии компании (видение, ценности, принципы, подходы к бизнесу:** максимально близка к философии компании- интегратора логистических услуг
2. **Информационная, система, дающая глобальные преимущества:** Преимущества возможность итеграции/ подключения глобальных сервисов. Пример: Wialon, Transporeon.
3. **Соответствие KPI и мотивации:** Цели и задачи компании-интегратора находятся в зависимости от задач клиента и обеспечивают достижения целей компании – клиента
4. **Единая и понятная оценка результатов деятельности:** Обе компании имеют возможность договориться и согласовать одинаковые измерители оценки результатов и применяют единые методики их расчета и учета.
5. **Наличие и возможности построения эффективной система коммуникации:** Доступность и возможность переговоров между ответственными сотрудниками обоих компаний 24/7/360.
6. **Соответствие ожиданиям, выполнение обязательств:** Компания-интегратор на практике заслуживает доверие компании-клиента: своевременная, достоверная и корректная информация о сроках доставки, условиях сотрудничества, сроках реализации проектов.
7. **Прозрачность и логичность стоимости услуг, соблюдения рамок бюджетов и проектов:** Компания-клиент заинтересована в любых средствах, способных улучшить свое конкурентное преимущество. В этой связи любые расходы должны быть экономически обоснованы. Цена сервиса как таковая имеет меньшее значение по отношению к ее ценности и цене данного ( аналогичного сервиса) для конкурента компании-клиента.
8. **Гибкость, готовность к переменам:** Потребности существенно отличаются в зависимости от того на каком этапе развития находится объект компании-клиента: выбор места, стройка, завершение стройки, начало производства, зрелое производство, и т.п. Состояние рынка может потребовать срочных изменений.
9. **Ориентация на долгосрочное сотрудничество:** Вопросы партнерства не находятся в зависимости от краткосрочной (единовременной) выгоды.
10. **Проактивная бизнес стратегия:** Компания-интегратор постоянно исследует возможности для улучшения конкурентных преимуществ клиента и предлагает их компании-клиенту. Ценность интегратора при этом многократно возрастает

—— Спасибо за внимание! ——