

Возможно ли представить современную жизнь без вещей домашнего обихода? Будет сложно. Приобретенные товары, будь то стиральная машинка или новые двери в жилье, необходимо перевезти из пункта приобретения в свой дом, офис, дачу. А переезды у многих ассоциируются с пожаром. Каждый раз человек вынужден задумываться о найме перевозчика. Благо, рынок транспортных компаний хорошо развит и состоит из крупных и мелких компаний. Мы выбрали одного из крупных игроков транспортной сферы, компанию «Русский экипаж», и попросили директора, Игоря Короткова, поделиться своим опытом с начинающими бизнесменами в области грузоперевозок.

Правило первое – качество ваших услуг должно удовлетворять ожидания клиента, а лучше – превосходить.

На первый взгляд, бизнес кажется не замысловатым:

- Подписали договор о материальной ответственности
- Упаковали все вещи, предназначенные для перевозки
- Доставили во время и по указанному адресу
- Распаковали и установили на новом месте

Казалось бы, что особенного? Но сложности есть, и с первого взгляда не все очевидно. Незадачливые новички-водители смело вторгаются в неизвестную сферу, собрав нескольких грузчиков, и наняв оператора для приема заявок. Вскоре получают отрицательные отклики клиентов. По телефону озвучивают одну стоимость, по факту получается намного больше. Заказчик оказывается в неприятной ситуации, вещи выгружены, оплата выше, чем предполагалось. Хитрые грузчики находят свои уловки: машину нельзя припарковать у подъезда, появляются дополнительные метры, а подъем на этаж зачастую выливается в кругленькую сумму. Знакомая ситуация?

Таким образом, прежде чем запускать свой бизнес в новой сфере, проработайте клиенто-ориентированный подход. Сделайте не дешевле, а качественнее. Пусть уйдет больше усилий и времени на организацию работ, но сформируется имидж будущей компании. Результаты не заставят себя ждать. Заказчики отдадут предпочтение добросовестному перевозчику. А заработав признание клиентов, сможете себе позволить увеличить стоимость услуг, поскольку имидж будет работать на вас. Конечно, предварительно сделав внимательный анализ текущей деятельности.

Оформляйте договор материальной ответственности

Пытаясь сэкономить, заказчики попадают в ловушку дешевизны. Заплатив несколько десятков тысяч долларов за мебель или бытовую технику, клиенты не задумываются о сохранности вещей при перевозке, заказав услугу неблагонадежной фирме. Без оформления договора о материальной ответственности, доверяют дорогие вещи первому попавшемуся перевозчику, в итоге привозят домой поцарапанную или побитую технику. Не обходится и без краж. Сомнительная экономия.

Обращайте внимание на юридические тонкости. Представьте, купил горе-бизнесмен «Газель», взялся за перевозку, как частный предприниматель, не предложив клиенту оформить договор. Не каждый знает, что на время перевозки, право собственности на мебель клиента переходит к перевозчику. Заказчик не всегда отдает себе отчет в том, что его имущество может уехать в

неизвестном направлении без каких-либо гарантий со стороны фирмы-перевозчика. Если бы были подписаны договора о материальной ответственности, то ситуация была контролируемой. Следовательно, привлеките юриста для составления грамотного договора, где будут защищены интересы обеих сторон. И не бойтесь брать на себя прозрачные обязательства. Конечно, транспортное предприятие отвечает за сохранность вещей в «Газели» на время переезда, но вы же не планировали построить свой бизнес на воровстве. Подобными решениями завоевывается доверие заказчика и формируется имидж порядочной компании. Клиенты высоко ценят добросовестность компании и обращаются повторно. Дают рекомендации своим знакомым, вот вам бесплатная реклама.

Сформируйте юридическую основу для бизнеса

Как всегда, есть выбор: можно пользоваться типовыми договорами, а можно нанять юриста в штат. Впрочем, есть удобная форма сотрудничества с юридическими компаниями.

Типовые договора не лучшее решение для предприятия, занимающегося различными типами перевозок. Да и заказчики часто просят внести изменения в типовый договор. Лучшее решение, юрист в штате предприятия или договорные отношения с юридической фирмой. В договоре обязательно нужно указать удержание процента от стоимости груза, поскольку материальная ответственность лежит на вашей компании. Грамотно составленный документ смягчит последствия от работы с недобросовестными клиентами, не желающими оплатить услуги по факту. Мой личный совет – работать по стопроцентной предоплате и лучше по безналичному расчету.

Никто не застрахован от специфических клиентов, в плохом смысле этого слова. Рекомендую составить договор грамотно настолько, чтобы у заказчика пропало желание идти с ним в суд после консультации со своим адвокатом. Адвокат поймет, что дело не выиграть.

Возможно, произойдет непредвиденное, ваши сотрудники повредят груз. В полноценном договоре будут прописаны условия оценки и определение суммы ущерба, указаны четкие сроки выплаты компенсации. Если договор не окажется списком типовых фраз, а будет грамотно составлен юристом, вы сэкономите собственное время и нервы при возникновении нестандартных ситуаций.

Соберите благонадежную команду

На первых порах разумно нанимать грузчиков на одноразовые работы, поскольку количество заказов не будет большим. Не смотря на это, следует предложить такие условия работы, что бы сотрудники были преданы компании. Толерантность можно завоевать не только высокими зарплатами, но и другими способами. Например, оплата проезда на общественном транспорте, бесплатные обеды в компании и др. Подумайте, что можете предложить наемному персоналу для лучшей мотивации труда и формирования преданности вашему делу. Не всегда есть возможность организовать лучшие условия для работников сразу, но стремиться к этому нужно с первых дней. Не готовы предложить оклад на начальном этапе, тогда введите систему сдельной оплаты: фиксированная часть небольшая, скажем, 100 долларов США в месяц и доплата за каждый выезд, порядка 1000 рублей. Непременно приложите максимум усилий для

разработки грамотной системы оплаты труда наемным сотрудникам. Ожидания окупятся добросовестным отношением с их стороны.

Если ограничены в средствах на старте, но готовы взять на себя роли менеджера и диспетчера, то достаточно будет шести грузчиков по найму.

Будьте аккуратны с приемом на работу друзей. Сначала, кажется так легче работать, поскольку понимаете друг друга, но спрашивать с друзей будет сложнее. Если отношения на новом уровне не сформируются, то разрыв окажется неожиданным. Вы останетесь без работников в нужный момент, а дружба закончится.

Не покупайте российские машины!

Стартовый капитал на организацию бизнеса должен быть от 5000 до 7000 долларов США. Помимо этого вам потребуются деньги на покупку соответствующего транспорта, полностью оборудованного для грузоперевозок. Начинать работать допустимо с одной машиной. Со временем приобретете автомобили разного тоннажа. Иномарки всегда предпочтительнее, но можно перевозить на «Газели». Делая выбор, принимайте во внимание финансовые расходы на ремонт отечественных машин и потери заказов из-за простоев. Совет от человека, имеющего опыт в транспортном бизнесе: лучше взять одну иномарку, чем две российские машины. Вы убедитесь на собственном опыте, иномарка прослужит дольше. На ремонты денег и времени уйдет меньше.

Приобретите многоканальный телефон!

Локация офиса не так важна, поскольку вы едите к клиенту, а не наоборот. Но наличие многоканального телефона поможет принять больше звонков от заказчиков. Разговор с клиентом может занять больше времени, чем хотелось бы, но важно ответить на все заданные вопросы развернуто. За это время может поступить звонок от другого человека. Если диспетчер не ответит сразу, клиент позвонит конкурентам и оставит свои деньги у него. Многоканальный телефон решит эту задачу.

Каждый заказ необходимо отрабатывать добросовестно. Не вешайте ярлыки типа «одноразовый». Во-первых, даже переезд, который в жизни случается не часто, не одноразовая услуга. По разным причинам: не устраивают отношения с арендодателем офиса, истек срок договора, цены завышены. Однажды, зарекомендовав себя с хорошей стороны, ожидайте повторных обращений. Заказчик высоко ценит выполнение работ в срок, профессионально и по разумной цене. При случае, он вас порекомендует своим клиентам или партнерам по бизнесу. Это лучшая реклама для вас и без дополнительных расходов на ее создание и размещение в СМИ.

Существует понятие сезонности бизнеса. Переезды на дачу и возвращение в город всегда связаны с началом/окончанием лета. К концу года, как правило, истекают сроки аренда офисов. А в начале года у многих предприятий наблюдается «мертвый сезон», особенно в первые две недели после Нового года.

Лучшая реклама распространяется через интернет

Уделите большое внимание разработке приятного, продающего сайта. Большая часть откликов заходит через сайт. Причин несколько. Потратив деньги на создание серьезного сайта, компания заявляет о себе, как о серьезном исполнителе, что привлекает внимание клиента. Отличное решение – разместить рекламу на кузове автомобиля. Спецодежда грузчиков с логотипом компании формирует лояльное отношение заказчиков. Маленькая фирма не может себе позволить подобных расходов, а фирмы-однодневки и подавно не тратятся на спецодежду. Все вместе – формирование имиджа компании на рынке. Избегайте рекламы в таких печатных изданиях, как «Из рук в руки». Подобные площадки ориентированы на мелких предпринимателей. Их цены ниже рыночных, качество соответствующее.

Обзаводитесь отзывами клиентов

Не упускайте возможность получить благоприятный отзыв от удовлетворенных заказчиков. Просите написать благодарственное письмо сразу по выполнении работ. Чем крупнее заказчик – тем ценнее отзыв. Разместив положительный отзыв на сайте или предоставив в напечатанном виде на переговорах с корпоративными клиентами, вы зарекомендуете себя как надежного и добросовестного перевозчика.

Клиенто-ориентированная позиция

Нет ничего важнее завоевания доверия заказчика. Старайтесь учесть все его пожелания, даже если раньше подобные требования не входили в сопутствующие услуги. Нужна клиенту охрана имущества при переезде, привлеките межведомственную охрану. Место доставки груза выходит за рамки вашей географии, расширяйте, если это возможно. Комплексно решайте его задачу. Не упускайте такие, казалось бы, мелочи, как упаковочный материал, что предотвратит повреждение мебели или техники в пути. Подобные требования кажутся завышенными, но если клиенто-ориентированный подход станет нормой вашей работы, лояльность заказчиков не заставит себя ждать. Уступите клиенту в том, что для вас допустимо, и соберите щедрый урожай собственной толерантности!