

СФЕРА ТРАНСПОРТА И ЛОГИСТИКИ В ТОПЕ ЗАРПЛАТНЫХ ЛИДЕРОВ

5 ТРЕНДОВ ОТРАСЛИ, КОТОРЫЕ СЛЕДУЕТ УЧЕСТЬ, ЧТОБЫ СТАТЬ ВОСТРЕБОВАННЫМ СЕРВИС-МЕНЕДЖЕРОМ

По итогам 2019 г. сфера транспорта и логистики заняла второе место после отрасли информационных технологий по темпу роста и уровню зарплатных предложений в стране. По данным портала «Работа.ру», годовая динамика оплаты труда в сфере перевозок превысила 7,8%, обеспечив столичным специалистам среднемесячный доход за декабрь в размере

75,5 тыс. руб. Зарплатный максимум для менеджера по транспортной логистике портал Superjob обозначил на уровне 120 тыс. руб. При этом, по информации компании «Курьер Сервис Экспресс» (КСЭ), логистические операторы постоянно нуждаются в менеджерах по работе с клиентами. К концу 2019 г. показатель нехватки специалистов составил 27%. За-

меститель исполнительного директора по клиентскому сервису КСЭ Мария Мартынова пояснила причины такого дефицита, а также выделила основные навыки и компетенции, которыми должен обладать квалифицированный кандидат в соответствии с последними трендами развития логистической отрасли.

Тренд 1. Комплексное обслуживание

Крупный бизнес оптимизирует расходы, отдавая на аутсорсинг все больше задач, связанных с доставкой грузов и корреспонденции, причем выбор делается в пользу комплексного обслуживания у одного подрядчика.

Заказчику с большим пакетом услуг предоставляется персональный менеджер, который сопровождает все этапы взаимодействия с логистическим оператором. Еще совсем недавно основная задача такого специалиста состояла в размещении заказа и предоставлении клиенту информации о статусе его выполнения. Теперь для этого применяются автоматизированные инструменты клиентского сервиса, такие как электронный личный кабинет, мобильные приложения, а сам сотрудник сфокусирован на поддержке заказчика и процессе его знакомства с сервисами. При этом его основная функция трансформировалась в грамотное управление цепочкой поставки грузов и корреспонденции.

Как показывает практика, клиент не всегда может точно сформулировать то, что ему нужно. Умение выявить потребности и задействовать имеющиеся



Компании стремятся использовать самые современные программные продукты и технологии в своих производственных и бизнес-процессах, автоматизируя обработку и отслеживание грузов, ускоряя взаимодействие и облегчая документооборот

Источник: COMBILIFT

ресурсы для их удовлетворения – базовый навык. Комплексный пакет представляет собой грамотно собранный пазл, где каждый элемент – это определенный сервис, имеющийся в распоряжении поставщика или требующий создания. Поэтому менеджер должен быть компетентен в сфере логистики, чтобы четко оценивать задачи, адаптировать выбранные услуги под запросы и формировать оптимальные маршруты перемещения грузов. Такой подход к персонализированному обслуживанию позволяет минимизировать издержки и соответственно общую стоимость обслуживания.

Тренд 2. Цифровизация

На фоне цифровой трансформации растет количество высокотехнологичных логистических услуг и электронных систем управления процессами.

Компании стремятся использовать самые современные программные продукты и технологии в своих производственных и бизнес-процессах, автоматизируя обработку и отслеживание грузов, ускоряя взаимодействие и облегчая документооборот. Чтобы оперативно осваивать нововведения, сервис-менеджер должен быть готов к постоянному обучению, тем более что особенностью логистического бизнеса являются регулярные интеграции внутренних IT-решений с системами поставщиков и клиентов.

Менеджер выступает как связующее звено между клиентом и логистом, ему необходимо разбираться в технологических тонкостях на всех этапах производственной цепочки. Основным его рабочим инструментом остается Excel, но сегодня программой необходимо владеть на продвинутом уровне, в частности уметь писать макросы, чтобы эффективно обрабатывать колоссальный объем информации. Также важно понимать основы обмена данными в различных системах, знать курьерские программы, особенности работы кассовой техники и другие технологии.

Тренд 3. Контроль расходов

Клиенты логистических компаний стали более щепетильно относиться к своим расходам, многие заинтересованы в обязательной предоставлении гарантий на оказание услуг.

Менеджер по работе с клиентами должен по максимуму включаться во все бизнес-процессы, связанные с об-

служиванием, и постоянно держать под контролем финансовые результаты. Для решения этих задач используются внутренние электронные системы учета, интегрированные с программами подрядчиков и клиентов. Умение использовать цифровые продукты, а также опыт проведения расчетов при схожих перевозках являются базовой основой для предоставления гарантий.

Способность быстро и четко решать каждую задачу, предлагать оптимальные сочетания выбранных сервисов, а также новые виды услуг – бесценные качества в условиях высококонкурентного рынка. При таком подходе выигрывают все, так как каждая сторона получает ряд весомых преимуществ.

Тренд 4. Персонализация взаимодействия

Взаимодействие строится на основе индивидуального подхода к каждому клиенту с учетом его потребностей и предпочтений, при этом усиливается тенденция к живому общению без формализмов и скриптов.

Клиенты все больше ценят открытость и внимательность, простую дружественную речь, уход от шаблонных фраз. При общении со службой поддержки они хотят говорить с людьми, а не с роботами, которые работают по заготовленным скриптам. Поэтому требования к коммуникативным и профессиональным навыкам менеджеров повышаются. Каждая консультация, каждое предоставление отчета должно работать на укрепление партнерства с заказчиком, а значит, на первый план выходит искреннее отношение с желанием помочь и быть полезным. Еще одно из важнейших качеств – умение слушать и слышать, способность общаться с разными категориями клиентов и говорить на понятном им языке, используя при этом разные каналы коммуникации. Например, все больше заказчиков для экономии времени отказываются от личных встреч и формальных переписок по электронной почте, отдавая предпочтение конструктивным диалогам в мессенджерах.

Тренд 5. Формирование корпоративной лояльности

Чтобы повысить качество клиентского сервиса, компании усиливают приверженность собственных сотрудников.

На рынке нет готовых специалистов, полностью соответствующих

требованиям конкретной компании, поскольку каждая имеет свою специфику и особый подход к обслуживанию клиентов. Как следствие, даже первоклассный менеджер при переходе из одной организации в другую должен быть готов пройти путь становления: изучить особенности сервиса, усвоить ценности и правила, стандарты и подходы. С учетом этого на первый план выходят личные качества кандидатов. Требуются проактивность, энергичность, терпение и выдержка при решении любых задач и устранении возникающих сложностей. Эффективность сотрудника повышается, когда он осознает значимость работы. Например, организуя перевозку термоконтейнера с препаратами для онкологических больных, он должен помнить о том, что участвует в работе миллионов людей, направленной на спасение человеческой жизни.

Важна и стрессоустойчивость кандидата. Среди специалистов первой линии клиентской поддержки велик процент эмоционального выгорания (в среднем срок составляет 1–1,5 года) из-за высокой нагрузки, многозадачности, что является характерной ситуацией для этого направления. Как следствие, дефицит персонала в основном возникает среди менеджеров низшего звена и частично среднего. Способы удержания сотрудников основаны на различных методах материальной и нематериальной мотивации. Одним из ключевых элементов является система обучения, направленная на раскрытие потенциала сотрудников и их профессиональный рост. Также следует учитывать, что в компаниях со сложной структурой и развитой филиальной сетью неизбежно возникает вопрос эффективной коммуникации между подразделениями. И чтобы политика организации, ее идеи были донесены до каждого сотрудника, следует задействовать все современные инструменты, включая конференцсвязь и вебинары. На укрепление командного духа работает решение общих задач или участие в совместных проектах.

Позиция КСЭ в этом вопросе – это поиск людей с нужными качествами и максимальное задействование внутреннего кадрового потенциала. Благодаря такому подходу на позициях высшего уровня у нас нет текучки, их занимают специалисты, которые осознанно работают с клиентом и обладают высокой корпоративной лояльностью. ■