

# DELIVERY INFORM

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ КАЖДОГО



**5**

Тема номера:

**ПРЕИМУЩЕСТВ КОМПАНИИ**

**ЭФФЕКТИВНОЕ  
СОБЕСЕДОВАНИЕ**

**стр. 4**

**ЗА ЧТО НАМ  
БЛАГОДАРНЫ  
КЛИЕНТЫ**

**стр. 5**

**ПРАВИЛА  
УСПЕШНОЙ  
РАБОТЫ**

**стр. 16**





**Муравей Елена Сергеевна**

**Генеральный директор**

[e-muravey.livejournal.com/](http://e-muravey.livejournal.com/)

*Елена Сергеевна Муравей - генеральный директор ООО «Деливери», поделилась с нами информацией о показателях работы компании в 1-м полугодии 2012г., и сообщила о планах и перспективах компании на 2-е полугодие.*

**О достижениях и планах**

- **Елена Сергеевна, если говорить о показателях работы в 1-м полугодии, соответствуют ли они Вашим ожиданиям и планам, установленным в начале года?**

В 2012 году компания взяла курс на повышение качества обслуживания клиентов, а эта планка не может быть установлена низко, однако мы смогли сделать очень многое в этом направлении, и уверена, что наши клиенты увидели перемены к лучшему. Естественно, всегда есть к чему стремиться, и поэтому мы не остановимся на этих достижениях, а продолжим совершенствоваться. Задачи, которые Совет директоров ставил перед компанией на 1-е полугодие, были выполнены в полном объеме, и думаю, что во 2-м полугодии мы сможем еще не один раз порадовать как наших клиентов новыми услугами и новыми возможностями.

Например нам удалось:

- Сократить до 10 рабочих дней сроки рассмотрения рекламаций от клиентов;
- Провести работу по обучению и переподготовке значительной части сотрудников;
- Начать реформу управления компании и частично ее провести;
- Увеличить количество персонала, занимающегося непосредственным обслуживанием клиентов на складах и в офисах компании;

- **За первое полугодие, компания открыла 13 региональных офисных центров. С какой целью это было сделано?**

Ежемесячно мы обслуживаем около 90 000 клиентов и для того, чтобы качественно обслужить каждого клиента, необходимо не просто научить сотрудников как это сделать, но и ежедневно контролировать все рабочие процессы компании и оперативно устранять любые возникшие в работе проблемы. Например, оформление и рассылка бухгалтерских документов региональными офисами позволит нам более оперативно предоставлять их клиентам или вносить в них необходимые изменения. Такая же ситуация с оформлением и заключением договоров на транспортно-экспедиционные услуги.

Кроме того, в региональных офисах клиенты могут получить оперативную информацию о работе компании, провести прямые переговоры или проконсультироваться по любым интересующим их вопросам.

- **А что касается географической представленности компании?**

В первом полугодии мы открыли 17 новых представительств, 15 из которых в городах, где ранее мы не были представлены, 2 из них по системе франчайзинга. На данный момент Компания присутствует в 101 городе Украины.

- **Судя по Вашим словам, предприятие развивается с высокой скоростью. Однако любое развитие или новшество требует вложения серьезных материальных ресурсов.**

Вся наша работа направлена на улучшение качества обслуживания клиентов и усовершенствование рабочих процессов компании, именно это позволяет нам компенсировать понесенные затраты. Ежедневно к нам приходят новые клиенты, которые становятся постоянными партнерами. И как результат - рост грузооборота Компании, на более чем 45% по сравнению с первым полугодием 2011г.

- **Спасибо, Елена Сергеевна, за подробные ответы. Поделитесь с нами планами и перспективами на 2-е полугодие 2012г.**

Для того чтобы оптимизировать маршруты движения грузов и сокращения сроков их доставки мы продолжим запуск новых магистральных рейсов.

Также в планы компании входит полное брендирование нашего автотранспорта.

И я думаю, что самым главным и самым ожидаемым для нас событием второго полугодия будет внедрение нового программного комплекса Microsoft Dynamics XRM "Delivery", работа над которым идет в течении всего года. Внедрение этого программного обеспечения только небольшая часть всей работы, проводимой в компании и направленной на автоматизацию складских и логистических процессов, и открытие для клиентов доступа к использованию широкого перечня on-line сервисов, с возможностью самостоятельно проводить аналитику работы с нашей компанией.

- **Компания предоставляет достаточно большой перечень услуг, будут**

**ли вводиться какие-либо новые?**

В этом году мы еще обязательно расширим перечень наших услуг, так в ближайшее время мы планируем внедрить:

- Ответственное хранение грузов на складах ООО «Деливери»;
- Размещение рекламной продукции наших партнеров на представительствах Компании;
- Индивидуальное страхование грузов наших клиентов;

- **В этом году, компания получила сразу 2 «звездных» награды – «Звезда Бизнеса 2011» и «Звезда качества 2011», а Вы скоромно о них молчите...**

Получение этих наград не было неожиданностью для меня лично. Награждение компании - это заслуга всего нашего большого коллектива. Ведь только благодаря тому, что сотрудники нашей компании выполняют свою работу не просто на отлично,

но и регулярно вносят предложения по улучшению рабочих процессов, внедрению инноваций, и не остаются равнодушны к проблемам наших клиентов, мы достигли таких высоких результатов. Учитывая критерии, по которым был составлен рейтинг, можно говорить, что в нашей компании одни из лучших условий труда в отрасли. Мы очень ценим наших сотрудников, и надеемся на «взаимность». Не скрою, что получение этих наград поставило на еще одну задачу - отработать 2012г. лучше предыдущего. Со своей стороны, я постараюсь приложить максимум усилий, чтобы в 2012 г. компания получила еще не одну заслуженную награду.



**Интервьюер:**  
Начальник отдела Рекламы  
Самаркова Ю.

**Качество в центре внимания!**





Несколько советов, как избежать ошибок

## Эффективное собеседование

### КАК МЫ ПРИНИМАЕМ СОТРУДНИКОВ НА РАБОТУ?

Отдел персонала отвечает за поиск и подбор специалистов, верифицирует (подтверждает данные) резюме, при необходимости собирает дополнительную информацию о кандидате и т.д. Соответственно, если у руководителя подразделения (склада, отдела) возникла потребность в поиске персонала и он самостоятельно не может найти кандидатов на открытую вакансию, то достаточно сделать заявку в отдел персонала на поиск кандидатов. После первичной работы отдела персонала с этими кандидатами встречается тот руководитель, в подразделении которого подбирается сотрудник. Поэтому очень важно провести собеседование **правильно**, получить от кандидата максимум информации, позволяющей принять решение о приеме на работу именно этого человека.

У каждого руководителя свои методы проведения собеседования: кому-то достаточно пяти минут, чтобы принять для себя решение о кандидате, кто-то проводит несколько собеседований с кандидатом и только после этого готов принимать решение. Но давайте для начала определимся что такое собеседование? **Собеседование** — встреча с потенциальным работодателем или его представителем при приеме на работу. Цель собеседования — познакомиться лично, понять, насколько работодатель и соискатель подходят друг другу, а также обсудить детали сотрудничества. На собеседовании работодатель задает вопросы, касающиеся образования соискателя, его опыта, полученных навыков и знаний. Также возможны вопросы личного характера: цели, устремления в жизни, чего соискатель хочет добиться, какие у него планы.

Естественно, каждый соискатель перед собеседованием читает массу статей в интернете о том, как успешно пройти собеседование. Поэтому, задавая стандартные вопросы, надо быть готовыми к тому, что кандидат уже подготовил на них ответы, а вот проверить правдивость этих ответов можно лишь задавая ситуационные вопросы (кейсы), предложив решить придуманную ситуацию на работе. Перед собеседованием необходимо задать себе

вопрос: что именно Вы хотите знать о кандидате, например, его готовность к командировкам, готовность к ненормированному рабочему дню и т.д. Задавая кандидату несколько вопросов с разной формулировкой, но на одну, интересующую Вас тему, в течение всего собеседования, Вы наверняка получите правдивый ответ. К примеру, Вас интересует, готов ли человек работать сверхурочно. Вы можете просто спросить у кандидата, готов ли он к ненормированному рабочему дню. Но будьте готовы к тому, что каждый кандидат, желающий получить вакантную должность, даст ответ, что готов и даже с радостью выйдет потрудиться в неурочное время. Поэтому лучше спросите у кандидата о том, какой график работы был у него на предыдущем месте работы, какой график работы кандидат ищет для себя в данный момент, какой график работы был бы для него лучшим, а какой сложный для работы. В ответах на эти вопросы Вы найдете для себя больше информации, а главное, что она будет правдивая.

**ЕСЛИ ГОВОРИТЬ О САМОЙ СХЕМЕ ИНТЕРВЬЮ, ТО ОНА МОЖЕТ БЫТЬ СЛЕДУЮЩАЯ:**

**Устанавливаем контакт.** Начните собеседование с короткого ответственного разговора. (Как Вы к нам добрались?) Такое начало поможет работодателю задать вопросы, касающиеся образования соискателя, его опыта, полученных навыков и знаний. Также возможны вопросы личного характера: цели, устремления в жизни, чего соискатель хочет добиться, какие у него планы.

**Разбираемся с опытом.** Задайте вопросы о том, что человек считает наиболее значимым своим достижением и по каким критериям он оценивает эффективность своей работы. Такие вопросы позволяют детализировать опыт, оценить подход к принятию решений и представления об эффективности. Важно попросить описать ту или иную рабочую ситуацию, причем с акцентом на детали, так как именно в этой ситуации можно оценить, что сотрудник реально делал, а о чем имеет только теоретические представления. При уточнении опыта важно спрашивать о стандартных и нестандартных задачах, с



которыми человек сталкивался. **Уточняем мотивы.**

Кандидата, например, можно спросить, чем его привлекала именно эта вакансия, почему он хочет занять эту должность, какое место будущей работе отводится в его карьерном плане и так далее. Выяснятся краткосрочные и долгосрочные карьерные планы кандидата, причины, по которым он покинул предыдущие места работы. Но спрашивая о причинах ухода, мы, прежде всего, не пытаемся распознать возможные конфликты, а оцениваем особенности принятия важных решений и мотивы поступков.

**Оцениваем совместимость.**

Часто бывает важно понять, насколько совпадают ценности кандидата и корпоративная культура компании. Помочь могут вопросы вроде «Почему вы стали работать в этой сфере?», «Что вам больше всего нравится в вашей нынешней работе?» или «Что дает вам работа помимо зарплаты?» Правда, нужно быть готовым к весьма пространным ответам.

**Проверяем домашнее задание.**

В конце собеседования принято предлагать соискателю задать несколько вопросов. Такая смена ролей показывает, что работодатель стремится к открытому диалогу, дает возможность человеку прояснить интересующие его детали, а с другой стороны, помогает вам выяснить, насколько любознателен кандидат и действительно ли он хочет у вас работать. Обращайте внимание на продуманные вопросы, показывающие, что человек хорошо знаком с вашей компанией, ее конкурентами и отраслью в целом.

**НЕСКОЛЬКО СОВЕТОВ, КАК ИЗБЕЖАТЬ ОШИБОК:**

■ Рассказывая о компании, следите за тем, чтобы не уве-

чить историей о собственном опыте или историей из жизни, — ваша задача узнать побольше о кандидате. Не бойтесь задавать трудные вопросы, особенно людям, которые вам нравятся, и с которыми вам комфортно общаться.

■ Не ограничивайтесь первым впечатлением. Если кандидат идеально выглядит, отлично себя подает и замечательно отвечает на первые вопросы, то может возникнуть желание сразу же его нанять.

■ Не задавайте наводящих вопросов и избегайте вопросов личных. В первом случае вряд ли получите честный ответ. Во втором — вторгаетесь в сферу, далекую от профессиональной.

■ Не торопитесь. Понятно, что несколько собеседований могут поглотить изрядную часть вашего рабочего дня. Но блин-интервью не даст вам возможность всесторонне оценить кандидата. Уделите каждому от 45 минут до часа.

■ Не сравнивайте кандидатов между собой: заурядный специалист может выглядеть суперзвездой на фоне своего предшественника, но завтра может прийти тот, кто затмит их обоих, так что оценивайте каждого исключительно по установленным вами же критериям.



Исполнительный директор Самарина Е.С.



Многие дорожат вниманием к их просьбе почти настолько же, насколько и исполнением этой просьбы. Дж. Лэббок

## За что нам благодарны клиенты

Развитие любой компании происходит во взаимодействии двух основных факторов. Первый — внутренний — это сотрудники компании, представляющие ее интересы. И второй фактор — клиенты компании, которые являются ключевым звеном в существовании и росте предприятия.

Наверное, одним из наиболее важных навыков каждого сотрудника компании является умение находить общий язык и индивидуальный подход к клиенту. Профессиональное и компетентное общение с клиентами это залог успеха не только сотрудника, но и компании в целом.

Завоевание доверия клиента одна из главных задач компании «Деливери». И важным инструментом для достижения результата являются качественное обслуживание и эффективность удовлетворения потребностей клиентов. Исходя из большого количества благодарных отзывов, я с уверенностью могу говорить о высоком уровне предоставления услуг нашим клиентам.

На сегодняшний день ООО «Деливери» предлагает наилучшее соотношение цены и скорости перевозки. Большинство наших клиентов — это крупные компании, для которых важным является возможность перевозить габаритные грузы. Именно поэтому продумана оптимальная система выгрузки транспорта при использовании профессионального оборудования.

С заботой о клиенте была разработана система индивидуальной доставки крупных партий груза объемом более 8 тонн, которая включает в себя полный спектр услуг: от подачи

автомобилей к месту погрузки до оформления сопроводительных документов на груз. Гибкая ценовая политика и индивидуальный подход к каждому клиенту стали причиной того, что 90% клиентов компании составляют бизнес-сектор.

Очень много благодарных отзывов поступает на предоставление компанией широкого спектра дополнительных услуг и конкретно большого выбора упаковки. Помимо стандартных упаковочных материалов мы предлагаем разработку индивидуальной упаковки, в зависимости от отраслевой особенности груза.

Одним из наиболее успешных нововведений ООО «Деливери» стало индивидуальное страхование груза с максимальной ставкой 0,45%. Теперь каждый клиент может выбрать тот уровень безопасности груза, который ему подходит.

Однако наибольшую признательность клиенты выражают любым проявлениям индивидуального подхода к ним непосредственно и к их грузам. И наиболее важным здесь, несомненно, является «человеческий» фактор.

Работая в отделе сервиса, куда каждый день поступают рекламации клиентов, я поняла, что все жалобы поступают по одной и той же простой причине — недостаток внимания. Если в компании нет проблем, значит, она просто не развивается. Эта истина ни для кого не секрет. Поэтому задачей каждого сотрудника компании, начиная от грузчика, заканчивая директором, является проявление внимания к клиенту, индивидуальный подход к клиенту, понимание сути возникшей проблемы, поиск и предложение

вариантов ее решения, которые бы удовлетворили клиента. Я точно знаю, что каждый звонок, каждое обращение, которое начинается с фразы «Я хочу пожаловаться...» можно закончить словами «Спасибо вам большое!» Благодарность клиентов обусловлена именно тем индивидуальным подходом, вниманием и заботой, которые они получают. Об этом говорят и отзывы наших клиентов, которые были направлены в адрес разных представительств и сотрудников: «Хочу отметить пунктуальность, вежливость, доброжелательность и качество благодарности за готовность помочь!» (Винница-1), «Спасибо большое за внимательное и вежливое отношение к клиентам!» (Харьков-5, Евпатория), «Очень приятно общаться. Люди ответственно относятся к своей работе» (Луганск-1), «Благодарим за отличную работу, понимание и хорошее отношение к клиенту. Благодаря таким работникам Ваше предприятие будет процветать. С надеждой на долгосрочное сотрудничество!» (Котопол).

Каждый наш клиент — индивидуальность, личность со своими потребностями и желаниями. И, основываясь на собственном опыте, могу твердо сказать, что именно за умение не просто слушать пожелания, а слышать их и реализовывать в конкретные действия, клиенты нам благодарны больше всего! Способность понять истинные желания клиента говорит о профессионализме не только отдельно взятого сотрудника, но и всей компании.

Тренинги и обучающие программы, которые проводятся Центром обучения «Деливери» по всем представительством компании, направлены не только на повышение уровня профессионализма наших сотрудников, но и на формирование навыков качественного обслуживания клиентов. И самым ценным результатом таких тренингов является благодарность и положительные отзывы наших клиентов.



Специалист отдела стандартизации и качества услуг Савченко Елена



Заседание Совета директоров ООО «Деливери»

### 06 ИЮЛЯ 2012Г. В ДОНЕЦКЕ В ЦЕНТРАЛЬНОМ ОФИСЕ ПРОШЛО ОБЩЕЕ ЗАСЕДАНИЕ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ООО «ДЕЛИВЕРИ»

В заседании принимали участие: **■** Председатель Совета директоров - Костюшко К.В. **■** Заместитель председателя Совета директоров - Ивасив А.В. **■** Генеральный директор - Муравей Е.С.

**■** Директора департаментов центрального офиса - Чуйко А.А., Винниченко В.В., Самарина Е.С., Смоктий С.В., Костюшко В.В.

**■** Директора региональных центров - Швец Г.В., Фиоланко В.Ю., Пчеленко В.Е., Тулянкин Д.В., Омелянчик И.Н., Лакатош А.Н., Трофимчук В.И., Ковалев Н.Н., Черный Б.М., Шкарик К.А., Семихатка В.Н., Крыжов Н.А., Даншин А.Г.

### ОСНОВНЫМИ ТЕМАМИ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ БЫЛИ:

**■** Подведение итогов работы компании за 2й квартал 2012г.

**■** Внедрение системы оценивания работы и мотивации региональных директоров.

По итогам проведения заседания были приняты системные мотивации и выведены индивидуальные показатели работы для каждого Регионального директора.

В июле так же было проведено еще одно заседание совета директоров ООО «Деливери» в сокращенном составе. При участии Председателя и Заместителя председателя совета директоров, Генерального директора и директоров департаментов.

По результатам проведенного заседания была введена система мотивации и оценивания работы для профильных директоров (директоров департаментов).





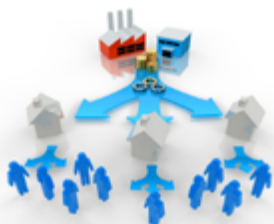
## История и развитие франчайзинга

Компания «Деливери» также имеет свою сеть с использованием франчайзинговой схемы [www.delivery-auto.com](http://www.delivery-auto.com)

Итак, «Франчайзинг», что это такое? И почему о нем так много говорят в последнее время? Попробую в этой статье немного рассказать об этом «явлении» и поделиться своими собственными мыслями.

Что такое «Франчайзинг» — это право конкретного субъекта предпринимательской деятельности использовать за определенную плату: имя, товарный знак, бренд, технологии, рабочие процессы, порядок управления или бизнес-модель, принадлежащие другому субъекту предпринимательства. Т.е. Франчайзинг — это разновидность лицензии, разрешения на работу. Само предоставляемое право (лицензия) называется — Франшизы. Тот, кто передает право работать, называется — «Франчайзер», тот, кто приобретает такое право, — «Франчайзи».

Многие удивятся, но такое



Концепт франчайзинга

новомодное понятие — «Франчайзинг», имеет довольно глубокие исторические корни. Первыми, кто внедрил в жизнь такое понятие, была Англия, где «франшизы» появились в средние века, когда английские короли передавали право своим баронам, действуя от их имени собирать налоги, за что сами бароны обязаны были поставлять королю солдат и участвовать в сражениях вместе с королем или по его приказу и делиться частью собранных налогов или полученных трофеев. В Англии же и появились первые торговые «франшизы» — свободным людям и горожанам за определенную плату предоставлялось право продавать свои товары на территориях городов — на рынках или ярмарках, и места, отведенные для этих торговцев, и назывались «Franchises» (Франшиза). Позже, начиная с XVII века, в Англии «ливрейные компании» (торговые гильдии) стали продавать право открывать постоянные торговые места, на покупателя франшизы распространялись строгие правила и стандарты ведения торговли, и в случае несоблюдения таких стандартов, торговец мог быть лишен права торговать. И наконец, совре-

менный прообраз «Франчайзинга» появился в Англии же с введением в бизнес-отношения понятия «связанных домов». Чтобы вести свой бизнес, постоянным дворянам и тавернам необходимо было приобретать у государства, за существенную плату, разрешения на торговлю спиртными напитками. Производителю спиртного предоставлялись тавернам и постоянным дворянам денежные займы под обязательство торговать только продукцией, произведенной этим заводом.

Родоначальником современного «коммерческого» франчайзинга стала компания «Зингер» «Singer Sewing machine company», производитель швейных машинок. Её владелец — Исаак Мерридит Зингер, личность яркая и творческая, первым предложил использовать коммерческий франчайзинг в бизнесе. Компания выпускала превосходные швейные машинки, которые приобретались в США и Европейских странах. Спрос на продукцию корпорации был стабильным, однако рост производства был несущественным, и по инициативе Исаака Зингера компания стала передавать права на реализацию своей продукции неза-

висимым предприятиям, за каждым из которых закреплялась определенная территория обслуживания. Продукция продавалась «дистрибуторам» по льготным ценам, но строго контролировалось соблюдение основного условия — обеспечение технической поддержки и ремонта реализуемой продукции. Именно этот шаг, совершенный в 1851 г., сделал продукцию компании «Зингер» всемирно известной.

Одними из первых схем коммерческого франчайзинга стали применять такие известные компании, как «General Motors» и «Coca Cola», и во многом именно благодаря привлечению в бизнес независимых субъектов предпринимательства эти компании завоевали существенные доли рынка для своей продукции.

Современная концепция франчайзинга появилась благодаря Рэю Кроку — американскому коммивояжеру, занимавшемуся продажей аппаратов для производства молочных коктейлей. Однажды он посетил паркинг-ресторан быстрого обслуживания, которым управляли братья МакДональдс. Рэй поразила скорость обслуживания в ресторане и при этом там подавали недорогую и достаточно вкусную

еду, что обеспечивало постоянный поток посетителей. Впечатлившись организацией в этом ресторане, он предложил МакДональдам купить у них право на франчайзинг их бизнеса. И сам открыл первые рестораны под маркой «МакДональдс», а дальше он сам стал продавать франшизу на организацию ресторанов под этим брендом.

В 60-70е годы франчайзинг пережил настоящий взлет в своем развитии, и этот стремительный рост, как ни парадоксально, привел в последствии к негативному восприятию идеи — развивать бизнес по системе франчайзинга. А причина оказалась проста — серьезный спрос на франчайзинг привел к появлению «липовых» франчайзинговых фирм, которые просто собирали деньги и исчезали. Кроме того, многие только что созданные фирмы не имели достаточных финансовых ресурсов или имели слабый менеджмент, что приводило к их быстрому банкротству, и как следствие — разорению франчайзи. Именно после веренища громких скандалов с рухнувшими франчайзинговыми сетями были созданы различные ассоциации франчайзинга, задачами которых стало лоббирование законодательства, регулирующего франчайзинг и обеспечение консалтинговой поддержки как существующим франчайзинговым сетям, так и тем, кто только планирует приобрести франшизу.

Начиная с 2012г. компания «Деливери» также стала развивать свою сеть с использованием франчайзинговой схемы. Ознакомьтесь с нашим предложением по приобретению франшизы можно на корпоративном сайте в разделе — франчайзинг. И хотим заметить, что мы очень скрупулезно отбираем претендентов на приобретение франшизы, поскольку принимаем на себя обязательства обеспечить надежающий уровень обслуживания и ответственности на любом представительстве компании, независимо от того, открыто оно по системе франчайзинга или непосредственно компанией.

И в завершение статьи хочу заметить, что независимо от того, начнете ли вы свой собственный бизнес или приобретете франшизу на уже существующий, для того чтобы этот бизнес стал приносить вам доход, необходимо вложить массу ваших собственных усилий, и вам придется самостоятельно и каждодневно работать над тем, чтобы сделать вашу работу лучше, чем ваши конкуренты.

### В 60-70Е ГОДЫ ФРАНЧАЙЗИНГ ПЕРЕЖИЛ НАСТОЯЩИЙ ВЗЛЕТ В СВОЕМ РАЗВИТИИ

Итак, «Франчайзинг», что это такое? И почему о нем так много говорят в последнее время? Попробую в этой статье немного рассказать об этом «явлении» и поделиться своими собственными мыслями. Что такое «Франчайзинг» — это право конкретного субъекта предпринимательской деятельности использовать за определенную плату: имя, товарный знак, бренд, технологии, рабочие процессы, порядок управления или бизнес-модель, принадлежащие другому субъекту предпринимательства. Т.е. Франчайзинг — это разновидность лицензии, разрешения на работу. Само предоставляемое право (лицензия) называется — Франшизы. Тот, кто передает право работать, называется — «Франчайзер», тот, кто приобретает такое право, — «Франчайзи».

открыть бизнес по системе франчайзинга, порой совершенно не требуется инвестиций или они на минимальном уровне — от 100 \$ до 500 \$, наиболее дешевые франшизы связаны с интернет-торговлей или консалтинговыми и юридическими услугами.

Приведу интернет-рейтинги существующих в Украине франшиз — десятков наиболее популярных: 1. Ломбард «Комод», 2. Сеть кофеен «My Coffee», 3. Сеть автомоек «Fresh», 4. Сеть кофеен «CoffeeVarka», 5. Сеть кадровых агентств «OSKO», 6. Сеть магазинов «Richi&Go», 7. Сеть салонов красоты «GLAMGO», 8. Стрит-фуд «Пан Каштан», 9. Сеть магазинов нижнего белья «Intimissimi», 10. Стрит-фуд «Смачна Зупинка». Как видно по указанным франшизам, наиболее популярными являются франшизы, связанные с организацией заведений быстрого питания.

Начиная с 2012г. компания «Деливери» также стала развивать свою сеть с использованием франчайзинговой схемы. Ознакомьтесь с нашим предложением по приобретению франшизы можно на корпоративном сайте в разделе — франчайзинг. И хотим заметить, что мы очень скрупулезно отбираем претендентов на приобретение франшизы, поскольку принимаем на себя обязательства обеспечить надежающий уровень обслуживания и ответственности на любом представительстве компании, независимо от того, открыто оно по системе франчайзинга или непосредственно компанией.

И в завершение статьи хочу заметить, что независимо от того, начнете ли вы свой собственный бизнес или приобретете франшизу на уже существующий, для того чтобы этот бизнес стал приносить вам доход, необходимо вложить массу ваших собственных усилий, и вам придется самостоятельно и каждодневно работать над тем, чтобы сделать вашу работу лучше, чем ваши конкуренты.



Заместитель председателя Ивасюк А.В.



### ВИКТОР ЕМЕЦ

Серебряный чемпион Украины по прыжкам в длину

Среди сотрудников нашей компании очень много интересных людей, о которых хочется написать в нашей корпоративной газете. Мы постоянно пишем о сотрудниках, их увлечениях, об их интересных путешествиях или участиях в необычных мероприятиях. И вот сегодня мне хотелось бы уделить внимание сотруднику представительства в г. Кременчуге. Виктор Емец в этом году занял второе место в чемпионате Украины по прыжкам в длину!

18-19 июля в Харькове на стадионе «Динамо» прошёл командный чемпионат Украины по легкой атлетике. На соревнованиях допускались спортсмены, имеющие квалификацию не ниже КМС (кандидат в мастера спорта). В составе Полтавской области г. Кременчуг представлял лишь один спортсмен — Виктор Емец. 26-летний кременчужанин состязался с лучшими спортсменами Украины по прыжкам в длину. Лучший результат у Виктора, который тренируется под руководством Елены Шиповой, за всю его 15-летнюю карьеру составлял 7,32 м. В Харькове на стадионе «Динамо» уже в третьей попытке Виктор улучшил свой личный рекорд и показал результат — 7,37 м, которым гарантировал третье место. А в последней — шестой попытке, Виктор достиг своего самого высокого результата на сегодняшний день — 7,46 м., и по итогам соревнований занял II-е место, за что получил заслуженное, волевое «Серебро».

Несмотря на свой скромный характер, Виктор поделился с нами своими впечатлениями от прошедшего чемпионата:

**В каком возрасте Вы начали заниматься легкой атлетикой?**  
Заниматься легкой атлетикой я начал в 11 лет.  
**Какими наградами еще можете похвастаться?**  
До этого был призером чемпионатов и кубка Украины в составе Полтавской области в эстафете — 4 по 100 метров.  
**Какая задача была на чемпионате в Харькове?**  
Попасть в восьмёрку.  
**Как удалось показать такой высокий результат?**  
Сложилось все. Тренировки не прошли «впустую».  
**До выполнения норматива мастера спорта не хватало всего 14 см, планировалось ли его выполнить?**  
После третьей попытки такая цель была.  
**Какие впечатления после попадания в призёры и завоевания серебряной медали?**  
Не ожидал, но доволен. Хочется выполнить норматив мастера спорта.  
**Поделитесь планами в спортивной карьере?**  
В будущем планирую выполнить норматив мастера спорта, который составляет 7,60 м.  
Это первая медаль в карьере у Виктора на чемпионате Украины по прыжкам в длину, с чем его и поздравляем, а также поздравляем тренера — Елену Шипову!!!



Исполнительный директор Самарина Е.С.



# Диагноз 4x4

*Взяла мене оця болячка — се не простуда, не горячка  
Побив ня вирус и не пущать, аж ся на плечах кожа лущить  
Я їм цибулю, і часнок, тай шкрипчу лисину й пупок  
Мене се ся напасть хоче й з'їсти і не лягти мені і ни сісти.*

*Я вип'ю пива, ляжу спати, з женой би треба наробляти...  
Но ніч не могу я здолати, єдна лиш мисль, од де ж би взяти?  
То ті колеса, той мотор, лебідку, троси і набор:  
Лопату файну, и балтинку і штурмана би, а не пиякку.*

*Чи цю хворобу би лічити, та як пак нам без нїї жити,  
У ліс, у хашу, у болото, зажену я своє долото  
Екстаз настигне мене там, я просто так ся там не дам,  
Се нам треба, се нам щастя, не пустить нас си ся напасть!..*

Ни для кого не секрет, что деятельность компании «Деливери» связана с дорогой. Некоторые из наших сотрудников имеют отношение к дороге только как пешеходы и пользователи общественного транспорта, некоторые являются хорошими водителями, есть те, кто в прошлом сами водили длинномеры. Сложно представить себе сейчас человека, который не пользуется транспортом и уже все больше становится тех, кто чувствует себя за рулем уверенно.

Но есть на наших дорогах пока еще одиночки, сплоченнее чьих команд не бывает, кто друзей тянет не только в горы, но и в леса, болота на машине. Для них дорога уже давно покорена, а бездорожье и вершины манят и зовут к новым победам и невысказанным свершениям.

Возвращаясь к теме увлечений сотрудников, мы наткнулись на весьма интересное хобби — трофи-рейды. Это не то, чем занимаются каждый вечер, это не то, для чего тренируются, это то, чего ждут по полгода, специально подготавливая, а порой полностью видоизменяя автомобиль, покупают обмундирование, видят сны о новых тропах и новых отметках на пути. Прохождение некоторых отрезков маршрута, в том числе спецучастков, требует больших возможностей техники и высокой подготовки спортсменов-участников. Поэтому обычно автомобили специально готовят к участию в соревнованиях, как правило, в специальных мастерских или самими участниками.

Скорости на маршруте трофи-рейда невысоки, поэтому основное внимание уделяется надёжности техники. Кроме того, трофи-рейды — весьма опасный вид спорта, и хорошо подготовленный, надёжный автомобиль может стать условием не только выигрыша, но и сохранения жизни и здоровья спортсменов. Минимальная подготовка включает установку различных «защит». Кроме того, обычно увеличивают дорожный просвет, устанавливают специальные колёсные диски. Часто производят «форсирование» двигателя, а во избежание попадания воды в двигатель устанавливается воздушный коллектор с забором воздуха на уровне крыши автомобиля. Кроме всего этого, на автомобиль устанавливаются необходимые на маршруте аксессуары: лебёдки, аккумуляторы повышенной ёмкости и т.д. Часто автомобиль, по сути, перестраивают — от базовой комплектации не остаётся практически ничего. Участниками трофи-рейдов становятся экипажи. Экипаж состоит как минимум из двух человек — пилота и штурмана. Обычно зачёт индивидуальный, но иногда организаторы могут ввести командный зачёт, тогда несколько экипажей объединяются в команду.

А встретили мы такого любителя экстрима в Закарпатском крае. Новачук Олег — управляющий представительства в г. Ужгород — сильный, интересный, неординарный, жизнерадостный мужчина. И, на самом деле, никто не расскажет о любимом увлечении

лучше, чем тот, у кого в глазах счастье от пройденных участков пути и от удовольствия, полученного при преодолении всех возникших трудностей.

Попробую про свой «вирус» рассказать коротко. Впервые горы вблизи я увидел в 2007 году, когда переехал жить в Ужгород. Уже тогда я обалдел от красоты увиденного и поехал, ДА, ЭТО МОЕ!!! Где-то через год я впервые покатался на квадроциклах, и после этого я стремительно начал копить деньги на свой собственный «квадрик»!!! ЭТО БЫЛО НЕ ЛЕГКО, но я с этим справился, и когда я из Киева привез своего МОНСТРИКА, не только я балдел от счастья, но и мои друзья, которые знали, что сбылась еще одна моя мечта!!!! Практически каждые выходные я со своими «РАЗДОЛБАЯМИ» (это люди, которые любят «раздалбывать» нормальную технику) старался как можно дальше заехать в горы, чтобы побольше увидеть и насладиться красотой природы!!! Ну и, конечно, как можно глубже «нырнуть» в болото и все, что к этому прилагается. Чем дальше забираешься, тем больше тянет зайти еще дальше, туда, куда казалось бы уже ходу нет. Так было целый год, а потом пошли неудачи: нет, не подумайте, что неудачи заключаются в том, что где-то квадрик сломался и кто-то его тянет 50км, или кто-то забыл свой заправитель, а потом, далеко на «ПОЛОНЬИНЕ» — 900 м над уровнем моря, сказать ОЙ, А Я ЗАГЛОХ, — нет и это еще не самое страшное... Страшно, когда человек начинает думать, что он АС, и

тогда начинаются все проблемы, которые, как обычно, заканчиваются в больнице, в лучшем случае — гипсом! Хочу сразу посоветовать моим единомышленникам, любителям OFFROAD, никогда не надо рисковать «на краю», адреналина и без этого хватает!!! Так примерно и случилось с моим близким другом, который попал в больницу с переломом ключицы и т.д., дальше травмы описывать не буду... не хочу. После чего я решил: завязываю я с квадриками!!!! Но с горами я завязать и не думал, с OFFROAD тоже. Я БЫ И НЕ СМОГ.

Где-то уже два с половиной года я знаком с замечательным человеком — Володей Терещенко, который является учредителем клуба 4x4 «САЛАМАНДРА», на сервисе у которого я обслуживаю свои «БРОНЕВИЧКИ», кто увлекается «трофи», поймет. И именно он мне посоветовал взять для себя что-то небольшое, полноприводное, на раме и обязательно с крышей, «чтобы моя собственная не убежала». Так и было, я своего «монстрика» меняю на ведро с гайками, под названием NISSAN PATROL Y-60 (в народе «коротыш»). Изначально, когда я его взял, и показал Вове, он назвал его одним коротким, но емким словом — «ТРИПАК» (на профессиональном жаргоне — обозначение машины в очень плохом техническом состоянии), но шансы на приведение этого авто в порядок были. И началось полугодичное восстановление и тюнинг моего МОНСТРИКА-2. Не буду долго объяснять, а может, и хвастаться, но, вроде

бы, все вышло. (ФОТО) Первый мой выезд был на мой День рождения 25.05.2012 г. Это было нечто... Львовский клуб 4x4 каждый год организует трехдневный заезд по Карпатам, Чтобы было понятней — за трое суток проехать примерно 200 км в полном OFFROAD, спать в палатках, ну и все остальное, что к этому прилагается: варить БОГРАЧ на костре (венгерское блюдо необычайного вкуса, словами не передам, нужно попробовать!), жарить шашлык, и пробовать 40% и т. д. Просто Восторг!!! А самое главное, что в этом году

нас было примерно 250 экипажей, из них из Украины было примерно половина, все остальные наши братья-соседи, с которыми было приятно познакомиться. И если даже сначала друг друга не очень понимали, так мы все равно вместе сидели за столами и, поверьте, что если сразу объединить обалденную природу, хорошую компанию, любимое хобби, знакомство с единомышленниками и классный стол, это лучший способ познакомиться и подружиться с огромным количеством интересных людей и при этом отлично провести время! И

сейчас, если у меня вдруг появится пара свободных суток, я вас уверяю, я не на пляже проведу это время, а буду я там — в горах, где с помощью своего «железного кента» поведу в самые недоступные места, и там будет очень красиво и спокойно, потому что, мне кажется, именно в горах человек может убежать от этой ежедневной суеты, и с каждым разом покорять вершины все выше и выше!!!

**Трофи-рейд** — соревнование по преодолению бездорожья, обычно на полноприводных автомобилях, специальных внедорожных

мотоциклах, квадроциклах. Как правило, в трофи-рейдах, в отличие от автогонок, скорость прохождения маршрута не так важна — необходимо просто уложиться в заданное время. Важнее успешно пройти все спецучастки и выполнить задания всех соревновательных этапов.

**Спецучасток** — это отрезок маршрута, проложенный по бездорожью, с контрольным временем прохождения. Бездорожье на спецучастке может быть настолько сложным, что прохождение нескольких километров может занять целый день.

*P.S. Кого заинтересовал — жду в гости.*







**Сотрудник в спецодежде — лицо компании!**

Сегодня корпоративная одежда является неотъемлемой частью имиджа любой компании. Корпоративный стиль не ограничивается только нанесением фирменной символики на элементы одежды, а является частью корпоративной культуры, так называемым дресс-кодом. Именно внешний вид сотрудников является первым и самым ярким впечатлением у потенциальных клиентов, которое в большинстве случаев и определяет последующее их отношение к товару и услугам компании, ведь недаром есть

хорошая поговорка, в которой говорится – «По одежке встречают...»

Многие думают, что понятие «дресс-код» вошло в нашу жизнь относительно недавно, но на самом деле оно существовало еще в Античной Греции, когда различные сословия надевали специальную отличительную одежду. Более близкое нам значение спецодежды появилось в 80-е годы, когда стали активно вводиться правила «одежды на работе». Это было обусловлено появлением науки об управлении — менеджмента. Именно тогда

спецодежда стала обязательным элементом стиля крупных корпораций. Логотип компании, нанесенный на одежду сотрудников, был не только символом ее имиджа, но, кроме всего прочего, еще и дополнительной рекламой.

Сотрудник, одетый в специальную фирменную одежду, это знак респектабельности, успешности и узнаваемости компании. Согласно исследованиям, корпоративный стиль поддерживает коллективный дух и сплоченность команды сотрудников, потому что каждый чувствует свою принадлежность к общему делу, возрастает профессионализм и поднимается степень качества выполнения работы. Благодаря униформе, каждый новый работник легче адаптируется в коллективе, т.к. снижается барьер недоверия.

Доказано, что сотрудник компании, одетый в фирменную спецодежду, создает впечатление хорошего и грамотного специалиста, что повышает «рейтинг» компании в глазах клиента. Наряду с качеством обслуживания, одежда для персонала автоматически вызывает у клиентов представление об успешности компании,

потому что только успешная организация одевает свой коллектив в корпоративную одежду. Однако носить фирменную спецодежду нужно с определенной долей ответственности. Представьте, каким будет ваше отношение к сотруднику фирмы, который одет в грязную старую футболку, но с фирменным символическим. Вероятнее всего, уровень доверия к такой компании не только понизится, скорее всего, у клиента появится опасение за качество работы такой компании.

Так или иначе, значение корпоративного стиля в одежде сложно переоценить. Для каждого сотрудника он означает что-то свое. Для меня же желтая футболка с логотипом «Деливери» — это, прежде всего успех, сила и надежность компании, в которой я работаю!



Специалист отдела стандартизации и качества услуг Савченко Елена



**Ни шагу назад, ни шагу на месте, а только вперед и только все вместе**

Открылись мы 5 июня 2012г. Учиться всему приходилось в процессе работы. Полученные теоритические знания во время учебы в Донецке, воплотились здесь в жизнь. Сразу же столкнулись со множеством проблем, которые приходилось решать на месте. Огромное желание сделать свою работу «на отлично» помогало нам двигаться вперед и достичь тех результатов, которые есть на сегодняшний день. Основными нашими проблемами были благоустройство склада, нара-

ботка постоянных клиентов, а также получение уверенности в себе и в своих силах, что немаловажно. Сложность возникла еще в том, что все вопросы касательно работы решали в телефонном режиме, за что отдельное спасибо хочется сказать нашему офису а также нашему региональному директору — Тулянкину Дмитрию Валентиновичу, который всячески нас поддерживал, подсказывал, помогал решать наши вопросы и возникающие затруднения. Также отдельное спасибо хочет-

ся сказать специалисту отдела обучения — Калибабе Екатерине, за то, что терпела нас в обучении и дала нам первые важные знания, которые нам стали просто необходимы в работе.

Нашу компанию в городе Лозовая практически никто не знал, у клиентов на устах были только «наши конкуренты», поэтому первым делом для нас стала реклама. Мы сразу же попросили офис нам в этом помочь и в короткие сроки под заказ прислали нам рекламную продукцию. По окончании рабочего дня мы сами расклеивали ее по городу: в маршрутках, на рынках, в подъездах домов. Вскоре это начало приносить свои плоды. Также приходилось проводить прямые переговоры с клиентами, ранее работавшими с другими компаниями. Привлекали клиентов предоставлением качественного сервиса и особым вниманием и отношением к ним.

Светлана Мохонько — наш специалист по работе с клиентами, привлекает к нам клиентов очаровательной улыбкой. После работы с ней клиенты уходят в отличном настроении и стремятся вернуться к нам снова, чтобы получить теплую улыбку нашего оператора. Светлана очень любит рыбалку, цветы и

море, на которое может смотреть вечно. Моим же главным пристрастием является спорт, а в особенности футбол, и я являюсь ярким болельщиком Симферопольской «Таврии», за игрой которой наблюдаю из города Лозовая, куда переехал из Крыма совсем недавно. В нашей работе также стоит отметить и нашего водителя — Мележика Сергея, благодаря которому к нам приходит груз в быстрые сроки и который за столь короткий период работы нашего склада стал членом нашей маленькой корпоративной семьи. Мы с уверенностью можем сказать: мы команда, которая гордо несет флаг компании Delivery в нашем городе.

Мы сейчас уже можем гордиться тем, что лозовчане знают имя нашей компании и рекомендуют нас своим знакомым и коллегам, а мы, в свою очередь, всегда рады каждому клиенту.



Заведующий складом. Борodin Д.М.



В предыдущих выпусках нашей газеты можно увидеть множество статей о качестве сервиса и инструментах повышения его уровня, после чего у меня невольно возник вопрос, что же послужило толчком для развития клиентского сервиса, и каковы были исторические предпосылки его возникновения?

Сервисом называют особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.

Рассматривая тему с точки зрения социально-экономического становления общества, можно отметить, что в доиндустриальную эру очень большая часть несельскохозяйственной экономической деятельности сводилась к личному обслужи-



ванию одного человека другим.

В индустриальном, т.е. зрелом капиталистическом и социалистическом обществе, развитие промышленности привело к резкому сокращению численности домашней прислуги. Главной задачей экономики в эту эпоху являлось массовое производство товаров. Фабричное производство создало новую социальную среду, в которой рабочий делил обезличенное подчинение хозяину с множеством других таких же, как он, наемных работников. Механизация производства и классовая борьба постепенно привели к тому, что зарплата фабричных рабочих стала превышать плату

за личную службу.

Постиндустриальное общество начало формироваться в промышленно развитых странах во второй половине XX века. Главным видом деятельности в нем становится уже не производство товаров, а обработка информации и оказание услуг. Поэтому постиндустриальный этап развития цивилизации определяют как «информационное общество» и «экономику услуг». Вот как описывал его в 1999 году Д. Белл: «...прежде всего это общество, основанное на услугах. Сегодня в Соединенных Штатах более 70% рабочей силы занято в сфере обслуживания. Услуги играют важную роль в любом обществе».

Со слов К. Альбрехта, сервисный менеджмент — это тотальный организационный подход, который делает качество сервиса, воспринимаемое клиентом, главной движущей силой бизнес-деятельности. Обратите внимание — ГЛАВНОЙ ДВИЖУЩЕЙ СИЛОЙ!

Почему именно теперь так возросла роль сервиса? Ведь совсем недавно он был всего-навсего одной, конечно немаловажной, но лишь частью всего векового уклада торговых отношений.

Вплоть до середины XX века сфера услуг считалась относительно второстепенной экономической деятельностью. Хотя она охватывала весьма значительную долю работников, но это были в основном работники с более низким уровнем квалификации (особенно, в сфере торговли — самой большой отрасли сервиса). Именно из-за невысокой роли сферы услуг в экономике с XVIII в. до середины XX в. (а в нашей стране — до конца советской эпохи) считалось, что работа в этой сфере вообще не увеличивает общественное богатство. Теперь ситуация меняется...

Причина одна — изменился мир, а с ним коммуникации, управление, новые технологии

## С чего начинался клиентский сервис

практически во всем и т.д. 50-60 лет назад доминировал производственно-маркетинговый подход, в основе которого была опора на крупные сегменты массового рынка. Отсюда — максимальный выпуск товарной продукции, понятие полезность тождественна материальному продукту.

20-30 лет назад мир начал вступление в эру научно-технической революции, в новую стадию экономического и социального развития — постиндустриальную. К этому времени технологии производства товаров унифицировались и повысились настолько, что их качество стало и стабильным, и предсказуемым.

Стоит отметить практически равнозначное количество товаров и услуг на любом рынке. Вследствие этого были сделаны следующие выводы:

1. Качественные характеристики товара, как способ привлечения клиентов, уже не действуют.

2. Качество превратилось из продающего момента лишь в условие существования товара на рынке.

Изменение рынка привело и к изменению потребителя, который стал более разборчивым и капризным. Сегодня совсем не имеет значения, в каком месте и каким способом был приобретен товар или услуга и для каких целей была совершена покупка.

Многие обществоведы называют зарождающееся постиндустриальное общество сервисным. Если ранее степень развития сферы услуг зависела от успехов материального производства, то теперь, наоборот, материальное производство зависит от развития сервиса. Скажем, выпуск нового вида любого материального товара требует предварительных маркетинговых исследований и



рекламной компании. Изобретение новых, наукоемких товаров невозможно без участия науч-

ных работников и подготовки системой образования высококвалифицированных специалистов. Именно отрасли сферы услуг (наука, образование, интернет-торговля и т.д.) стали главными направлениями научно-технического прогресса.

Концепция сервисного общества предполагает, что на современном этапе развития общества главным для успеха бизнеса является своевременное обнаружение и реальное обеспечение клиентских групп и, по возможности, конкретного клиента. Ведь клиенты хотят, чтобы их проблемы за их деньги решались не только эффективно, но и красиво!

Стремительно возросший опыт потребителя привел к тому, что он понял, как наказывать тех, кто его обидел — он не жалуется, он перестает покупать и призывает к этому других!

Даже введение демпинговых цен при распродажах далеко не всегда приводит к желаемым результатам.

Цена перестала быть ключевым фактором, на первое место вышла осязаемая ценность товара или услуги. А вот эту самую осязаемую ценность до потребителя доводит, с ней работает, ею очаровывает наш любимый персонал. Именно персонал — лицо компании для потребителя, именно они кушают прибыль, обеспечивают развитие и само существование компании в целом.

Главным образом на них направлены разработанные в компаниях сервисные стандарты, где основным требованием к персоналу является создание для потребителя условий, при которых его проблемы будут решаться максимально комфортно, но и с выгодой для компании. Давайте расставим приоритеты — комфорт для потребителя, прибыль для продавца. Умелое сочетание этих двух направлений приносит максимальный успех!



Специалист отдела стандартизации и качества услуг Корablina Е.





# ЗАЧЕМ БОЯТЬСЯ ТРЕНИНГОВ

*Чтобы иметь то, что вы никогда не имели, вам придется делать то, что вы никогда не делали!*  
**Кокко Шанель.**

Каждая неделя, каждый месяц добавляют нам, сотрудникам отдела оценки и развития персонала, опыт тренингового обучения, опыт обучения в деятельности сотрудников «Деливери». После каждого тренинга мы детально анализируем результаты, думаем, как сделать обучение еще эффективнее, интереснее и практичнее. Сегодня мы говорим об одной из преград в достижении целей тренинга — страхе участников.

Перед тренингом волнуются все. При этом практически в каждой группе есть 2-3 участника, которые не просто волнуются, а испытывают СТРАХ, мучающий, блокирующий, раздражающий и уж точно не помогающий научиться чему-то новому и важному. Мне тоже знакомы эти чувства. Я тоже волнуюсь, выходя перед Вами, и мне тоже бывает страшно. Но с уверенностью могу сказать, что сейчас эти чувства лишь подстегивают мою активность и уж никак не блокируют и мучают.

Что заставляет нас волноваться и переживать, испытывать дискомфорт, даже не признаваясь себе в том, что мы просто боимся?

Одной из главных причин страха перед любым общением,

в том числе и перед тренингом, является незнание, чего вы можете собственно ожидать от самого общения. Вы, конечно, можете прогнозировать и представлять себе, что же такого может произойти на тренинге, однако зачастую мы склонны драматизировать ситуацию. Страх, что все будет не в вашу пользу, что будут ситуации, в которых можно выглядеть не лучшим способом заставляя избегать общения, искать причины не пойти на тренинг, на самом тренинге стараться «быть тише воды и ниже травы». Это только ухудшает ситуацию, ведь в тренинге, где от активности каждого зависит результативность и всех, и его самого, важно проявлять себя, свое мнение и решения по максимуму.

На одном из тренингов в Донецке, при подведении итогов одна из участниц с сожалением воскликнула: «Я сама себя наказала тем, что не была активной с самого начала, стеснялась, боялась допустить ошибки. Те упражнения, в которых я все-таки участвовала, действительно, дали мне очень много!»

Страх принято считать чем-то негативным. Между тем, страх делает свою полезную работу. Он, как телохранитель,

защищает нас от информации и событий, которые нам неудобны, не к месту, не вовремя. Например, в детстве страх защищает нас от огня, розетки, прыжков с высоты. Во взрослом возрасте от ненужных людей, от заболеваний.

Как показывает практика и как утверждают наши участники, тренинг — это то, что точно вовремя и к месту. Так, например, один из приемщиков ЦРЦ-1 в итоговой анкете очень лаконично определил, что самым полезным для него на тренинге стали уроки практического применения теории. Знать и использовать знание — это, как говорят в Одессе, — две большие разницы!

Поэтому главное, чтобы мы сами могли управлять своим страхом, а не он нами. Иначе страх блокирует восприятие нами информации, «включает» режим максимальной опасности, когда лучше сидеть и не шевелиться. Гораздо более выгодно испытать страх и все-таки действовать. Все наши участники справляются с волнением и страхами уже в первые 15 минут общения. Справедливости ради нужно сказать, что этот процесс у новичков несколько затягивается, но и они справля-

ются и действительно получают удовольствие от преодоления себя и своего профессионального роста.

Чего мы боимся на самом деле?

**Да просто выглядеть как-то не так, бояться того, что о нас подумают.**

### ИНФОРМАЦИЯ К РАЗМЫШЛЕНИЮ:

**На всех не угодишь! (притча)**

Отец со своим сыном и ослем в полуденную жару путешествовал по пыльным переулкам Кешана. Отец сидел верхом на осле, а сын вел его за уздечку. «Бедный мальчик, — сказал прохожий, — его маленькие ножки едва поспевают за ослом. Как ты можешь лениво восседать на осле, когда видишь, что мальчишка совсем выбился из сил?» Отец принял его слова близко к сердцу. Когда они завернули за угол, он слез с осла и велел сыну сесть на него. Очень скоро повстречался им другой человек. Громким голосом он сказал: «Как не стыдно! Мальчик сидит верхом на осле, как султан, а его бедный старый отец бежит следом». Мальчик очень огорчился от этих слов и попросил отца сесть на осла позади него. «Люди добрые, видели вы что-либо по-

добное? — заголосила женщина под чадрой. — Так мучить животное! У бедного осла уже провисла спина, а старый и молодой бездельники восседают на нем, будто он диван, бедное существо!» Не говоря ни слова, отец и сын, посрамленные, слезли с осла. Едва они сделали несколько шагов, как встретившийся им человек стал насмехаться над ними: «Чего это ваш осел ничего не делает, не приносит никакой пользы и даже не везет кого-нибудь из вас на себе?» Отец сунул ослу полную пригоршню соломы и положил руку на плечо сына. «Что бы мы ни делали, — сказал он, — обязательно найдется кто-то, кто с нами будет не согласен. Я думаю, мы сами должны решать, что нам надо делать и просто делать это».

Да, тренинг — это всегда

и к месту и вовремя. Тысячи людей тратят огромные суммы, самостоятельно посещая тренинги, так как именно такая форма работы дает возможность за короткое время научиться многому. Причем не просто узнать что-то новое, а, скорее, приобрести конкретные навыки и опыт.

### Зачем нужен тренинг?

#### Работодателю:

чтобы участники получили новые инструменты, навыки и технологии, существенно дополняющие и усиливающие то, чем они уже обладают; чтобы сотрудники одного региона могли познакомиться и подружиться; чтобы сформировать кадровый резерв и избавить компанию от необходимости принимать на работу людей с улицы; чтобы обученные сотрудники стали реальным мощным инструмен-

том в конкурентной борьбе.

#### Персоналу:

чтобы в ходе обучения освежить свои знания; чтобы не только увидеть свои ошибки, но и найти способы их решения; чтобы повысить своё мастерство; чтобы в ходе обучения отработать каждый из элементов процесса взаимодействия с клиентом при помощи тренера; чтобы научиться получать больше результата, затрачивая при этом меньше усилий.

Лучший способ управлять своим страхом — это иметь для себя важную цель. Цель, которая принесет вам что-то по-настоящему важное и нужное. Довольных клиентов, больше результатов в работе, повышение уровня мастерства.

Бояться это естественно. Так же как и испытывать голод, жажду. Только страх не являет-

ся оправданием того, чтобы ничего не делать. Бояться не стыдно, стыдно прикрывать страхом свою несостоятельность. Да и лень тоже является «мягкой» формой страха. Поэтому если Вы уже поняли, что тренинг — это то, что нужно и важно, прежде всего, для Вас — ставьте цель и действуйте! А со страхом мы вместе точно справимся!

Желаю вам бояться и расти!



Руководитель центра обучения Герасименко Н.М.

## Любите свою работу

«Скажу, что редко можно встретить человека, который точно работает на своем месте» — так о начальнике одного из самых больших отделов компании — Людмиле Лукошкиной, говорит исполнительный директор Самарина Елена Сергеевна.

Людмила Леонидовна Лукошкина родилась в семье профессионального водителя. Снова мы говорим о том, что случайностей не бывает. Странно было бы иметь отца — водителя «Камаза» и не иметь такого события в жизни, как работа в «Деливери». Кроме шуток, Людмила причуалась к упорному и результативному труду с малых лет: ее отец — водитель первого класса, а мама всю свою жизнь проработала на одном заводе, более 40 лет, ветеран труда. Не удивительно, откуда в Людмиле столько упорства, целеустремленности и трудолюбия. С детства Людмила мечтала стать учителем, осуществляя свою мечту, поступила на филологический факультет Донецкого государственного университета (сейчас ДонГУ) на специальность русский язык и литература. Так сложилось, что работу по специальности Людмила не нашла и начала работать совсем в другой сфере — секретарем в приемной Донецкого завода цветных металлов, а после окончания Академии управления — экономистом в отделе планирования, в котором, может быть, работала бы и по сей день, но завод закрыли. После этого ей посчастливилось найти работу в «Деливери», которая стала для нее родной и любимой, хотя свой первый день в

компании Людмила вспоминать не любит, и не только потому, что это был выходной день. Тогда все казалось незнакомым и ко всему она присматривалась и подходила с опаской. Но желание идти вперед и развиваться помогло принять правильное решение и согласиться на вакансию в отделе менеджеров. Сейчас она с гордостью говорит, что ее учила лично генеральный директор компании — Елена Сергеевна (тогда еще рядовой менеджер), и грешно было бы не пойти по ее стопам. Когда принималось решение о назначении Людмилы на руководящую должность, на тот момент начальник отдела Самарина Елена Сергеевна приняла решение однозначно: «Я не сомневалась ни на минуту, и других кандидатов на эту должность даже не рассматривала. Она профессионал своего дела. Требовательная к работе подчиненных и к своей работе, всегда дело доводит до конца и проверяет расчеты с клиентами копейка в копейку. Но при всей своей требовательности она всегда будет горой стоять за подчиненных сотрудников и приложит максимум усилий чтобы им помочь в случае появления каких-либо затруднений».

Сама Людмила говорит, что страшно было назначение, потому что в такие моменты понимаешь, что ответственность несешь не только за себя, но и за других. Страшно было — не оправдать ожиданий руководства. Ее страхи не оправдались. Сейчас Людмила Леонидовна говорит: «У меня шикарный коллектив,



без поддержки которого ни один руководитель бы не смог нормально работать. Они при необходимости замещают друг друга, оказывают помощь, не выясняя при этом, кто переработал или вышел на работу лишней раз. Я их очень люблю и хочу, чтоб они росли в профессиональном плане и чтобы личная жизнь каждой сотрудницы была налажена».

Так выходит, что отдел менеджеров для многих сотрудников нашей компании становится своеобразным трамплином на лестницу карьерных достижений. Отсюда родом генеральный и исполнительный директора, некоторые сотрудники центра обучения начинали свой путь в «Деливери» с отдела менеджеров, да есть еще несколько отделов, которые могут сказать «спасибо» отделу менеджеров не только за кадры, но и за помощь, упорство, умение работать в любых ситуациях. Сама начальник отдела говорит, что пока она хочет совершенствоваться на этой должности. Она искренне любит то дело, которым занимается, хоть и

никогда в жизни не думала, что любимая работа будет связана с цифрами. Она хоть и не стала учителем и не водит на линейки своих учеников, но ее подчиненные относятся к ней, как к настоящему наставнику, тому, кто всегда подскажет и научит, никогда не откажет и поддержит, если что-то не получается.

В 2011 году Людмила стала победителем в номинации «Профессионал года», была награждена путевкой в Дубаи.

Для успеха в жизни, говорит Людмила, нужно полюбить то дело, которым ты занимаешься, если не любишь — бросай, ищи другое, но обязательно найди то, что будешь любить, и то, чем будешь жить, и тогда у тебя все получится».



Специалист отдела сервиса Калибаба Е.





Как вы думаете, почему одни люди продвигаются по карьерной лестнице, открывают свое дело, становятся богатыми и известными людьми — хотя, казалось бы, они начинали точно так же, как и многие другие, — на начальных позициях в обычных компаниях?

Есть несколько простых правил, которым следуют успешные люди, ориентированные на высокий уровень доходов и достижение финансовой независимости и самореализации, и которыми я хочу с вами поделиться.

**Итак, правило успешной работы №1: никогда не работайте только за деньги.**

Большинство людей работают на своей работе только потому, что им нужны деньги. Если они не будут работать, у них не будет денег, чтобы кормить себя, платить за жилье и так далее. Только поэтому они и работают. Предложите им по миллиону долларов, то первое, что они сделают — это уволятся и начнут жить «в свое удовольствие».

Иными словами, что при этом происходит? Большинство людей просто продают свое время за деньги. На собеседовании они договариваются с работодателем, что один будет тратить 9 часов своей жизни на то, что будет выполнять задачи, важные для другого, и получать за это деньги, на которые он купит еду, питье, предметы для быта, одежду, и обувь, в которой на следующий день снова придет на работу... В то время как для успешных людей такой обмен заранее неравноценен: они считают, что если и работать где-то, то получать за это нужно не меньше, а больше, чем зарплату. Такой человек счита-

ет естественным и важным для себя получать от своей работы, по крайней мере, столько же, если не больше, чем он реально отдает. Ведь время — это, по сути, единственный невозвратимый ресурс, который у нас есть. Так стоит ли тратить его на то, чтобы результатами этого рабочего времени пользовался кто-то другой?

Можете ли вы вспомнить хотя бы одного известного, успешного человека — ученого, бизнесмена, менеджера, — который работал бы только за деньги, не получая при этом ничего другого, кроме зарплаты? Думаю, что нет. Потому что ни одного здравомыслящего человека этот неравноценный обмен не устроит.

Кроме того, он всегда испытывает искренний, неподдельный интерес к своей работе и в любом случае получает на порядок больше плюсов от любой работы, которую он выполняет, по сравнению с любыми другими людьми. Среднестатистический человек получает только зарплату и соцпакет.

**Успешные же люди, где бы они ни работали, кроме зарплаты получают, например, следующие бонусы:**

- 1) интерес к тому, чем они занимаются;
- 2) реализация своих амбиций;
- 3) получение необходимого стажа для последующего повышения квалификации;
- 4) возможность работать в одной из ведущих компаний — города, страны или даже мира в целом — в их профессиональной области;
- 5) удовольствие от достижения важных для них целей;
- 6) продвижение по карьерной лестнице;
- 7) следование личной миссии;

## Правила успешной работы

8) возможность поработать с интересными, уникальными людьми, побыть у них учеником;

9) наставничество — возможность передавать свои знания и учить других людей;

10) возможность получения важных навыков, умений и опыта;

11) завязывание личных связей и общение с интересными людьми;

12) раскрытие своего потенциала и талантов.

Про какие из этих пунктов вы можете сказать, что это и ваши бонусы тоже? Есть ли у вас ощущения, что вы задействовали их все, или же чего-то не хватает? Что можно сделать, чтобы увеличить количество этих бонусов до максимума? При условии, конечно, что вам бы этого хотелось?

Обычно, чем больше бонусов человеку удается найти в своей работе, тем больше удовольствие она ему приносит, тем большего успеха он в ней добивается, и, как следствие, тем больше денег он в ней зарабатывает.

Следование этому правилу позволяет превратить такую кажущуюся скучной или рутинной сферу жизни, как работа, в мощный источник позитивной энергии, наполненный глубоким смыслом, яркостью и вдохновением.

**Итак, правило успешной работы №2: постоянно развивайтесь профессионально.**

Для того чтобы быть эффективным и успешным, в современном мире уже недостаточно просто выполнять свои обязанности — делать то, что вы делали всегда. Для этого нужно делать чуть больше, чем вы делали раньше, и чуть-чуть по-другому — по-новому. Как в бизнесе, так и в успешной работе, остановок в развитии быть не может: или вы растете и движетесь вперед в профессиональном (и прочем) росте, или же не делаете этого, но тогда гарантированно откатываетесь назад и теряете завоеванные позиции. И тогда вам на смену приходят те, кто

действительно понимает важность постоянного развития.

Третье правило успешной работы: только вы сами устанавливаете для себя уровень дохода.

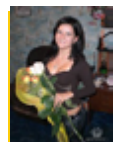
Для кого-то эта мысль покажется абсурдной, но на самом деле это так и есть. Ни наш начальник, ни наше государство, ни связи не оказывают такое влияние на наш заработок, как мы сами.

Мы сами выбираем, трудиться ли нам по найму, работать на себя или открывать собственный бизнес. Сами выбираем, в какой профессии нам работать, в какой отрасли или компании, в каком коллективе трудиться, и, в конечном итоге, мы сами выбираем, каким в итоге будет наш доход.

Каждый из нас хотел бы быть успешным, все хотят жить в достатке, пользоваться всеобщим вниманием и уважением. Однако далеко не каждый осознает, что достижение этой цели напрямую зависит только от своих собственных усилий, от избранной тобою тактики в реализации цели. В своих неудачах мы виним кого-то, или стечение обстоятельств, или «тяжелые времена». Но тогда, когда мы понимаем, что за то, сколько я получаю, отвечает только один человек на свете — я сам — картина кардинально меняется, причем в лучшую сторону.

И увеличение доходов, начавшееся после этого — это не только очередной шаг к успешной работе, но реальное приближение к чему-то гораздо большему.

Желаю Вам быть по-настоящему успешными!!



Начальник информационного отдела **Пантус А.**



## Знания — оружие для достижения цели!

Осень... 1 сентября... У меня до сих пор эта пора ассоциируется с началом учебного года. Школьники и студенты садятся за парты и «грызут» гранит науки. В Центре обучения «Деливери» вот уже почти год учеба не прекращается ни на день. Каждую неделю приезжают люди, которых знаешь уже давно, и новые — только пришедшие в компанию, но все с одной целью — получить знания. «Знания» — это обладание проверенной информацией (ответами на вопросы), позволяющими решить поставленную задачу. Зачем они нужны? — Чтобы не изобретать колесо, чтобы правильно ориентироваться в любой ситуации. «Новым» сотрудникам — они нужны, чтобы полноценно влиться в работу нашей компании, «бывалым» — для повышения квалификации. Всем сотрудникам мы с одинаковой степенью заботы и ответственности предоставляем необходимые знания. Во время обучения к каждой группе, к каждому человеку мы стараемся найти индивидуальный подход, чтобы результат обучения был максимальным. Используются разные техники и методы изложения материала. По окончании обучения проходит «публичное» собеседование новых сотрудников, после чего выдается сертификат «О прохождении профессиональной подготовки»: старт Ваших профессиональных достижений в компании.

После обучения сотрудники разъезжаются в разные концы Украины, но общаясь, мы видим у всех «боевое» настроение и цель «Работать так, чтобы быть успешным и делать успешную нашу компанию». Приятно, когда люди, которых знаешь несколько дней, начинают доверять тебе, обращаются с вопросами или предложениями. Сразу видно, что человек не просто выполняет свою работу, а стремится быть настоящим профессионалом. А ведь многие предложения и идеи впоследствии воплощаются в жизнь, а своевременно заданные вопросы позволяют включить ответы на эти вопросы в подготовку «новичков» или тренинги в регионах.

Многие могут спросить: «А зачем мне это нужно?» И вот они — выгоды от обучения:

- Повышение уровня собственной квалификации и, соответственно, повышение производительности труда;
- Личное развитие для обеспечения карьерного роста без отрыва от работы, чаще всего, за счет работодателя;
- Возможность избавиться от личных или приобретенных профессиональных ошибок;
- Возможность увеличить количество довольных Вашей работой клиентов;
- Возможность обмена опытом с коллегами и как следствие — получение профессионального опыта за счет ошибок других;
- Повышение своей личной

стоимости на рынке труда;

В ходе обучения в «Учебном центре» люди получают необходимый фундамент знаний для того, чтобы приступить к работе. Дальше все зависит от самого человека, от его активности, настроения, стремления и мотивации. Если человек перестает развиваться, он рискует остаться просто сотрудником и не



получить никакого профессионального роста. Если человек не будет развиваться, узнавать новое, совершенствоваться уже полученные знания, всегда есть вероятность, что кто-то окажется лучше, чем он.

Немного статистики. За такую недолгую работу «Учебного центра», через него уже прошло обучение 105 человек. Проведено 17 тренингов, в которых участвовало около 300 сотрудников. Проводятся ежедневные телефонные консультации для прошедших обучение или тренинги сотрудников. В ближайшем будущем планируется внедрение программ «Скुरе-консультаций» и «Телеобучений».

Я по образованию математик-информатик. Так вот, если студента первого курса спросить, сколько будет «2х2», студент четко говорит «4», а если спросить студента пятого курса, то в ответ получаешь «я что должен помнить все константы?» Из этой невинной студенческой шутки можно сделать серьезный вывод: все запомнить невозможно, просто необходимо точно знать, где найти нужную вам в данный момент информацию. Способов для получения информации в нашей компании несколько:

— регулярно изучать новые приказы, распоряжения и инструкции;

— консультироваться с коллегами как своего представительства, склада, так и центрального офиса, и, конечно же, в первую очередь выяснять непонятные вопросы в «Учебном центре»;

— регулярно посещать корпоративный сайт компании, раздел «для сотрудников». Там выложено очень много полезной информации, которая постоянно обновляется. Это методички, инструкции, алгоритмы, презентации, варианты ответов на часто задаваемые вопросы, корпоративная газета и т.д.;

— и самый главный способ получения информации — это не молчать о проблеме. Умалчивание приводит к превращению небольшой проблемы в колоссальную. Обращаясь ко всем сотрудникам с просьбой, если есть вопросы или проблемы — не молчите, говорите о них громко, чтобы вас услышал тот человек, в силах которого решить проблему или дать ответ на ваш вопрос. А если вы сами нашли интересное решение проблемы или есть идея, как решить чью-то проблему или вопрос: не стесняйтесь высказать свое предложение, участвуйте в конкурсе проектов, выступайте с инициативой перед региональными директорами и, конечно, вы можете изложить свое мнение или идею на страницах нашей корпоративной газеты.

«Учитесь, читайте, чужое навчайтесь, й своего не цурайтесь»



Специалист оценки и развития персонала **Алешина Е.**



# 5

## ПРЕИМУЩЕСТВ КОМПАНИИ

**«Ежемесячно 90 000 клиентов  
из них 90% бизнес сектор»  
Деливери.**



### **Выгодное соотношение цена/скорость доставки**

ОПТИМАЛЬНАЯ ТРАНСПОРТНАЯ ЛОГИСТИКА И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРУПНОГАБАРИТНОГО ТРАНСПОРТА, ПОЗВОЛЯЮТ КОМПАНИИ ДЕЛИВЕРИ ПРЕДЛОЖИТЬ ВЫГОДНУЮ ЦЕНУ ПЕРЕВОЗКИ ЗА 24, 48 И 72 ЧАСА

- 150 ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВ
- 101 ГОРОД
- 250 МАГИСТРАЛЬНЫХ И 400 ВНУТРИГОРОДСКИХ РЕЙСОВ ЕЖЕДНЕВНО



### **Возможность перевозки крупногабаритных и тяжеловесных грузов**

ТЕХНИЧЕСКИЕ И СКЛАДСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПОЗВОЛЯЮТ КОМПАНИИ ДЕЛИВЕРИ ОСУЩЕСТВЛЯТЬ ПЕРЕВОЗКУ КРУПНОГАБАРИТНЫХ И ТЯЖЕЛЫХ ГРУЗОВ:

- 1500 КГ МАХ ВЕС ОДНОГО НЕДЕЛИМОГО МЕСТА
- НАЛИЧИЕ ЭСТАКАДЫ, ДЛЯ РАЗГРУЗКИ/ВЫГРУЗКИ ГРУЗОВОГО ТРАНСПОРТА
- НАЛИЧИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПОГРУЗОЧНОГО/ВЕСОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ
- (РАМПА, РОКЛА, ШТАБЕЛЕР, ПОГРУЗЧИК)



### **Большой выбор упаковки**

КОМПАНИА ДЕЛИВЕРИ ИМЕЕТ БОЛЬШОЙ ВЫБОР УПАКОВКИ И ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗРАБОТАТЬ ОТРАСЛЕВОЕ РЕШЕНИЕ УПАКОВКИ, СОГЛАСНО СПЕЦИФИКЕ ГРУЗА.

- СЕЙФ ПАКЕТ
- МЕШОК (ПОЛИЭТИЛЕН/ПОЛИПРОПИЛЕН)
- ГОФРОЯЩИКИ
- МЕБЕЛЬНЫЙ КОНТЕЙНЕР
- МЕТАЛЛИЧЕСКИЙ КОНТЕЙНЕР СЕТКА
- ПАЛЛЕТИРОВАНИЕ ГРУЗА



### **Полная ответственность за груз**

ОТПРАВЛЯЯ ГРУЗ КОМПАНИЕЙ ДЕЛИВЕРИ, ВЫ ИМЕЕТЕ ВОЗМОЖНОСТЬ ВЫБРАТЬ УРОВЕНЬ БЕЗОПАСНОСТИ ГРУЗА:

- ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПЕРЕВОЗЧИКА: ПРИ ТАРИФЕ 1 ГРН. ВАШ ГРУЗ АВТОМАТИЧЕСКИ ЗАСТРАХОВАН НА 1000 ГРН
- ИНДИВИДУАЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ: ВОЗМОЖНОСТЬ ЗАСТРАХОВАТЬ СВОЙ ГРУЗ С ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ БОЛЕЕ 1000 ГРН БЕЗ ОГРАНИЧЕНИЙ, ПО СТРАХОВОМУ ТАРИФУ 0,45% ОТ ЗАДЕКЛАРИРОВАННОЙ СТОИМОСТИ ГРУЗА.

**ФАКТ:** СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДЕЛИВЕРИ УТЕРЯ СОСТАВЛЯЕТ 0,00006%, ПОВРЕЖДЕНИЕ 0,0003%.



### **Быстрое обслуживание клиентов**

ПРИЕМ, ВЫДАЧА ГРУЗА И ОФОРМЛЕНИЕ ДОКУМЕНТАЦИИ ПРОИСХОДИТ МАКСИМАЛЬНО БЫСТРО, БЕЗ СОЗДАНИЯ ОЧЕРЕДЕЙ

- ОФОРМЛЕНИЕ ОДНОГО КЛИЕНТА ДО 5 МИНУТ.

Горячая линия: 0 800 509-509

office@delivery-auto.com.ua