



## «ИСКУССТВО ПРИНИМАТЬ ВЫИГРЫШНЫЕ РЕШЕНИЯ»

Традиционная годовая пресс-конференция международного логистического оператора ФМ Ложистик собрала большое количество журналистов. Дело в том, что новости компании на протяжении всего года, в период мировой экономической нестабильности, были исключительно положительными. Логистический оператор укреплял и расширял своё присутствие на российском рынке. Но главное, стали доходить слухи о крупномасштабном ребрендинге, затеянном ФМ Ложистик.

Именно с освещения темы ребрендинга компания и начала пресс-конференцию. Последний раз ФМ Ложистик занималась этим семь лет назад. С тех пор многое изменилось: рынок, экономика, технологии. Руководство посчитало, что в старых рамках жить тесно, надо обновляться. Начали с нового имиджа. Три из четырех логотипов компаний в структуре ФМ Ложистик были заменены на новые (см. таблицу 1).

Логотипы компании

Прежний логотип	Новый логотип	Компании ФМ
		Логистический оператор
		Логистический оператор товаров здравоохранения и холодовых цепей
		ИТ-компания
		Строительная компания

Новый логотип логистического оператора ФМ Ложистик символизирует динамику, современность, уверенность действий. Аббревиатура «FM» (Faure&Machet) «крыша» всего бренда осталась прежней. Стрелка показывает устремленность вперед, в будущее. «Генетический код» (корпоративный цвет) — голубой, он сопровождает компанию с момента ее основания.

Слоган также сменился. Теперь он звучит так: «The art of winning solutions» «Искусство принимать выигрышные решения». Он сменил «Made in satisfaction», но эта фраза была неотделима от лого. Теперь новый лого может существовать отдельно от нового слогана. Он подчеркивает: компания не просто оказывает отдельные услуги, но комплексно решает проблемы клиента.

Новую изобразительную символику компании можно увидеть на рекламном модуле ФМ Ложистик на обложке этого номера. Образ молодой красивой девушки подчеркивает международный характер деятельности компании, готовность оказать услуги в любых точках мира. Она легко и непринужденно выбирает на сенсорном экране одну из опций, что указывает на стремление компании к инновациям и передовым технологиям. Фраза «total commitment agile solutions» означает, что решения, предоставляемые клиенту, разрабатываются для него индивидуально благодаря коллективной работе международной команды ФМ.

В Интернете заработала новая версия сайта [www.fmlogistic.com](http://www.fmlogistic.com). Здесь также используются новые элементы символики. Вся информация разбита по странам присутствия компании, страницы переведены на национальные языки. Введены новые сервисы, добавлен контент.

Изменены, в соответствии с новым имиджем, и все информационные носители: документация, рекламные носители, бэйджи, визитки. Кстати, удобство последних журналисты оценили сразу. Раньше она была вертикальной. Теперь не надо при работе с общей массой визиток переворачивать визитницу на 90 градусов.

Журналисты смогли задать свои вопросы уже после первой части презентации. В частности, их интересовало: «Соответствует ли маркетинговая стратегия компании ситуации на рынке? Все — таки кризис на дворе».

«Первый путь — компания сворачивает свою активную деятельность, старается не тратить денег, фактически перестает продвигаться во внешней среде и работает на удержание позиций. Без потерь в этой ситуации не обойтись. — ответила Мишель Кооннер, генеральный директор FM Logistic. — Второй — это путь обновления, поиск новых возможностей, активный PR и продвижение. Именно этот путь мы и избрали».





Итоги 2011 года показывают, что «правильной дорогой идет» компания. За этот год ей удалось:

- запустить новую платформу ФМ Ложистик в Подольске для операций по новому клиенту — торговой сети Реал. Объем платформы — 10 000 кв.м;
- запустить кросс-докинговый склад в Ростове-на-Дону;
- завершить строительство всех зданий платформы Сидорова;
- приобрести 5 новых трейлеров;
- внедрить крупнейший программный продукт SAP.

Экономические показатели ФМ Ложистик приведены в таблице 1. Они даны в сравнении с деятельностью компании во всем мире.

Как видно из таблицы, российское отделение международной компании работает более эффективно почти по всем показателям. И все это достигнуто не за счет привлечения новых клиентов, а за счет увеличения объемов работы с существующими.

Таблица 1

#### Сравнительный анализ показателей деятельности в 2011 году в России и в мире

Показатели	В мире	В России	Россия к миру, в %	Примечание
Товарооборот, млн евро	783	135	17,2	180 — план на 2012 год
Прирост товарооборота за год, млн евро	39	25	64,1	45 — план на 2012 год
Складские площади, кв. м	2 300 000	360 000	15,65	Аренда 20 000 — план на 2012 год

Таблица 2

#### Сравнительный анализ распределения товарооборота по видам деятельности, в %

Вид деятельности	В мире	В России
Складирование/обработка	58	72
Транспортировка	27	19,5
Копакинг	13	6,5
Таможня/управление цепями поставок	2	2

В таблице 2 дан сравнительный анализ распределения товарооборота по видам деятельности. Из нее видно, что основной объем работ российского отделения компании приходится на склад, в то время как в остальных странах у ФМ Ложистик объем складирования и обработки товаров на 14% ниже, а вот

транспортировка и копакинг — выше. Поэтому в 2012 году компания планирует расширять спектр транспортных услуг за счет следующих новшеств:

**Pooling** (Подробнее об этой технологии читайте, *Логистика № 4, 2010 год. Прим. ред.*)

Pooling / «Консолидация» — это находка для производителей, которые имеют:

- схожие категории товаров, которые можно объединять (например — косметическая продукция);
- одинаковые каналы сбыта, поставки в одни пункты доставки (например: каналы сбыта косметики, торговые центры или распределительные центры);
- совпадающие, обговоренные с сетью графики доставок;
- отгрузки с одного склада ФМ Ложистик.

При помощи услуги «Консолидация» есть возможность координировать как физические, так и информационные потоки (обработку заказов, хранение продукции, доставки и отгрузки со склада) между складским комплексом и пунктами доставки

#### Челночные перевозки

- Разработка проекта позволяет оптимизировать доставки между заводами, складскими комплексами ФМ и торговыми сетями.
- Парк современных грузовых машин, соответствующих европейским стандартам
- Сокращение времени ожидания, что способствует снижению затрат.

#### Железнодорожные перевозки

Сейчас они составляют 14% от общего количества транспортных услуг. Ж/д перевозки — это относительно новое направление в компании, которое планируется развивать с учетом масштабов России.

В связи с развитием направления здравоохранения, компания будет развивать управление холодными цепями. Ж/д перевозки станут здесь основными. Будут задействованы железнодорожные вагоны-рефрижераторы, изотермические и с возможностью поддержания необходимой температуры.

Складские услуги тоже не останутся без внимания. Складские помещения на платформе в Сидорова, сданные в этом году, заработают на полную мощность уже в конце I-ого квартала 2012 года. Клиент, сетевой ритейлер Real, с которым ФМ Ложистик работает с января 2011 года, будет расширять свое присутствие на российском рынке. В связи с этим заявляется об увеличении арендуемых складских площадей в 2 раза: с 10 000 до 20 000 кв. м.

В заключение можно констатировать, что руководство компании с оптимизмом смотрит на развитие в России. ФМ Ложистик доказывает, что классики были неправы — отдельная компания в отдельно взятой стране может развиваться без кризиса.

**МИХАИЛ ВАСИЛЬЕВ,**  
главный редактор