

ЦИФРЫ, ФАКТЫ, СТАТИСТИКА

КОМПАНИЯ «ФМ ЛОЖИСТИК» ОТКРЫЛА НОВУЮ СКЛАДСКУЮ ПЛАТФОРМУ ДЛЯ КРОСС-ДОКИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ В РОСТОВЕ-НА-ДОНУ



Транспортный Департамент компании «ФМ Ложистик» открыл новый офис и склад для кросс-докинговых операций в Ростове-на-Дону. Складское помещение имеет удобное расположение в 10—15 минутах от аэропорта и федеральной трассы М4 «Дон». Склад оборудован системами отопления и охлаждения воздуха, круглосуточной охраной, ведется строгий контроль за соблюдением норм чистоты и гигиены.

Начало операций на данной площадке позволит компании «ФМ Ложистик» и их клиентам повысить эффективность текущих транспортных проектов, а так же открыть новые направления доставки для отправок по Южному Федеральному Округу в Ставрополь, Краснодар, Новочеркасск, Пятигорск, Волгоград, Сочи и другие города.

BUREAU VERITAS CERTIFICATION ПРОВЕЛА РЕ-СЕРТИФИКАЦИОННЫЙ АУДИТ TABLOGIX

В очередной раз аудиторы BUREAU VERITAS Certification подтвердили соответствие системы менеджмента качества TABLOGIX международному стандарту ISO 9001:2008. Новый сертификат будет действовать в течение 3 лет.

Первый сертификат соответствия системы менеджмента качества компания TABLOGIX получила в 2008 году. С тех пор в компании было проведено 4 внешних и 13 внутренних аудитов.

Компания стабильно достигает и превышает целевые показатели качества своих услуг. Успешная деятельность компании получила международное признание. По итогам конкурса среди дистрибуционных центров Ford Motor Company в Европе в 2010 году Распределительный Центр TABLOGIX, где хранятся запасные части Ford, разделил со складом, расположенным в Польше, первое место. Также стоит отметить, что помимо международного сертификата ISO 9001:2008 компания TABLOGIX в 2009 году удостоилась сертификата Q1 - своеобразного «знака качества», признаваемого всеми крупнейшими мировыми производителями автомобилей.



Борис Теклин, директор по ресурсам TABLOGIX и представитель высшего руководства по качеству сообщил, что высшее руководство компании планирует дальнейшее расширение области действия системы менеджмента качества и подъем её на ещё более высокий уровень, прежде всего за счёт развития персонала компании и его вовлечения в совершенствование системы.

Пресс-служба TABLOGIX

КОМПАНИЯ СПСР-ЭКСПРЕСС ПРОВЕЛА МАСШТАБНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ СВОИХ КЛИЕНТОВ В РОССИИ В 2011 ГОДУ

Компания провела крупное исследование мнения потребителей во всех регионах России, нацеленное на получение достоверной оценки удовлетворённости сервисом СПСР и определения лояльности.

В программу исследования входила совокупность многих факторов, влияющих на выбор экспресс-оператора: материальная составляющая компании, выполнение заявленных сроков доставки, качество обслуживания клиентов.

В рамках проводимого исследования также предполагалось выявить различия между ожидаемым и фактическим качеством услуг.

Измерение лояльности проводилось по методике определения индекса NPS (Net Promoter Score), основанного на разделении потребителей на три группы: Промоутеры, Нейтралы и Критики. Методика строится на базе одного главного вопроса: «С какой вероятностью вы порекомендуете нашу компанию друзьям?». По результатам ответов все респонденты делятся на три вышеуказанные группы, и сам индекс представляет собой разницу между процентным соотношением клиентов-промоутеров и клиентов-критиков.



Комментирует Директор по продажам ООО «СПСР-ЭКСПРЕСС» Эдвин Луканов: «Охватив территорию всей России, можно проследить динамику, различия, особенности потребления услуг в различных регионах и при необходимости скорректировать свою стратегию. В 2011 г. уровень лояльности клиентов превысил тот же показатель за 2010 г. на 7% и достиг 55%, что свидетельствует о правильно выбранном курсе компании. При этом мы понимаем, что нам еще предстоит много сделать, чтобы каждый наш клиент стал лояльным потребителем услуг СПСР-ЭКСПРЕСС, особенно это относится к рынкам Москвы и Санкт-Петербурга, где, к сожалению, уровень лояльности нашей клиентской базы не достаточно высок, хотя по сравнению с прошлым годом индекс также повысился на 2%.

Причины такого уровня лояльности заключаются в очень сильной конкуренции, высоких ожиданиях клиентов».

Анна Борисова,

Пресс-служба СПСР-ЭКСПРЕСС