

Каждый клиент

ДОЛЖЕН БЫТЬ УСЛЫШАН

Несколько лет назад во ФГУП «Почта России» появился новый руководитель — Сергей Константинович Малышев. Сначала он возглавил службу EMS, затем стал заместителем генерального директора предприятия по посылочному бизнесу, а в январе т.г. был назначен руководителем Московского макрорегиона. При этом прежние функции за ним сохранились.

О том, что удалось сделать за эти годы, какие задачи ставит перед собой новый руководитель самого крупного региона России, мы и попросили рассказать С.К. Малышева.



ПС: Наш традиционный вопрос: как Вы попали на почту?

С.М.: Я работал в крупных коммерческих компаниях, занимался логистикой, развитием сети и другими вопросами. Получив предложение о работе на Почте России, я понимал, что направление, за которое мне нужно будет отвечать, находится в начальной стадии формирования, что работать нужно не покладая рук. К счастью, мне удалось быстро сформировать команду единомышленников, нацеленных на результат, команду, которая понимает все задачи, и решает их максимально оперативно.

ПС: О стабильном развитии услуг электронной коммерции на Почте России при Вашем непосредственном руководстве наш журнал пишет довольно часто. Какие достижения в этой области лично Вы считаете наиболее значимыми?

С.М.: В самом начале пути перед блоком посылочного бизнеса и экспресс-доставки, который я возглавляю, ставились конкретные задачи, главной из которых было вернуть

наших крупных клиентов и их доверие к Почте России. Я считаю, что мы справились с этим пунктом и за короткий промежуток времени сделали услуги по доставке отправлений конкурентоспособными. В 2016 г., по данным аналитического исследования Ассоциации компаний интернет-торговли, доля нашего предприятия на посылочном рынке, включая отправления из иностранных интернет-магазинов и доставку на внутреннем рынке, достигла 62 %. Это на 11 процентных пунктов выше, чем в 2015 г. (51 %).

Раньше клиентов устраивала низкая цена услуг Почты России, но не удовлетворяли сроки доставки и качество сервиса. Сегодня мы предлагаем минимальные рыночные сроки доставки по схожим продуктам по всей стране, соблюдаем их и отвечаем за это рублем. Стоимость наших продуктов также адаптирована под рынок, причем отечественным интернет-магазинам мы предлагаем очень низкие тарифы.

В результате на почту вернулись не только прежние крупные клиенты, но и пришли новые, которые раньше не верили в наши быстрые, надежные и экономичные услуги по доставке отправлений.

Теперь доверие к Почте России восстановлено, а это, поверьте, сделать было непросто.

ПС: А что, по Вашему мнению, предстоит еще сделать?

С.М.: Рынок не стоит на месте и сам диктует нам новые требования его игроков. В первую очередь необходимо поддерживать качество наших услуг, так как объемы продолжают расти.

В исследовании АКИТ отмечено, что объем внутреннего рынка интернет-торговли в 2016 г. вырос в штуках на 6 % по сравнению с 2015 г., а рынок трансграничной торговли — на 102 %.

В прошлом году Почта России обработала 225 млн. международных отправок с товарными вложениями, что почти в 2 раза больше, чем показатель прошлого года — 128 млн. отправок.

В целом в 2016 г. Почта России обработала 296 млн. почтовых отправок с товарными вложениями (совокупно: внутренних и зарубежных), что более чем в 1,5 раза превышает показатель прошлого года — 194 млн. шт.

Как видите, сам рынок не дает нам расслабиться. Мы продолжим реали-