

«ПОСЛЕДНЯЯ МИЛЯ» ОПТИМИЗИРУЕТ ЗАТРАТЫ

Бесценный опыт, накопленный за годы работы в сфере дистрибуции, складской и транспортной логистики, позволяет компании АЛИДИ разрабатывать комплексные предложения по хранению и грузообработке товаров, максимально снижая издержки своих клиентов. На вопросы журнала «ЛОГИСТИКА» отвечает Людмила Еремина, коммерческий директор направления «Контрактная логистика» компании АЛИДИ.



– **Кризисный период не самым лучшим образом сказывается на рентабельности многих логистических компаний. Какие итоги вы можете подвести по истечении 2015 года?**

– Учитывая кризисные явления в экономике страны, которые повлияли не только на финансовые потоки наших партнеров и клиентов, но и сказались на рынке труда, минувший год для компании был непростым. Несмотря на внешние условия, АЛИДИ показала хороший результат: рост бизнеса за прошедший год составил 7%, а товарооборот компании превысил 33,7 млрд рублей. На сегодняшний день АЛИДИ является крупнейшим партнером Procter&Gamble, Nestle, Nestle Purina, Wrigley и MARS, уверенно сохраняя лидерские позиции по дистрибуции продукции этих производителей. К важным событиям 2015 года в первую очередь можно отнести активное развитие дистрибуторских направлений. Так, в прошлом году АЛИДИ расширила свое присутствие на территории Поволжья и начала операции с контрактом Wrigley в Тольятти и Сызрани. Наряду с Самарской областью продажи Wrigley стартовали и в Рязани, а на территории Москвы и Московской области АЛИДИ удалось значительно расширить зону покрытия. В 2015 году компания активно развивала новые направления бизнеса. Была запущена федеральная программа по корпоративному консультированию в 112 городах

“ **В 2005 году в Нижнем Новгороде компанией АЛИДИ была построена первая очередь склада класса А площадью 12 000 м²; вторая очередь логистического центра площадью 20 000 м² была сдана в 2009 году.**

и промо-программа в 109 городах России по продукции Procter&Gamble для конечных покупателей в различных торговых точках. Оборот по данному направлению за 2015 год вырос на 17%, территориальное покрытие и штат сотрудников увеличились в 2 раза.

АЛИДИ расширила перечень своих логистических партнеров. Среди новых клиентов АЛИДИ по направлению «Контрактная логистика» – компании «РусВинил» и Hugiene Technologies. В 2015 году компания реализовала проект по организации кросс-докинга для SELGROS Cash&Carry. В настоящее время АЛИДИ обслуживает 8 торговых центров SELGROS в Москве,

Волгограде, Казани, Ростове и Рязани. Также было заключено партнерское соглашение с логистическим оператором FM Logistic по осуществлению кросс-докинговых операций для сети магазинов «АТАК» в Нижегородской области. В рамках проектов по кросс-докингу АЛИДИ оказывает комплексные услуги по приемке продукции от поставщика, обработке, консолидации заказов по объектам доставки товара.

Успехи АЛИДИ не остались незамеченными участниками российского бизнес-сообщества. По итогам 2015 года компания заняла второе место в рейтинге российских логистических компаний по версии Евроазиатской логистической ассоциации (EALA) в номинации «Национальный оператор логистических сетей».

– **Какие направления деятельности компании на сегодняшний день для вас являются приоритетными?**

– Основные направления деятельности компании – это дистрибуция, маркетинговое сопровождение контрактов с партнерами и логистические услуги. Наиболее крупным для нас остается дистрибуционный бизнес. Однако мы активно развиваем логистическое направление и уверенно движемся в сторону увеличения доли логистических услуг в нашем портфеле. Если говорить о контрактной логистике, то здесь соотношение услуг распределяется следующим образом: 80% приходится на складские операции, 20% – на транспортные услуги. Ключевыми форматами логистических услуг АЛИДИ являются организация распределительных центров на складах компании, управление операциями на складах клиентов, кросс-докинг, услуги формата «Last Mile» («последняя миля»), полная предпродажная подготовка товара, включая маркировку, стикеровку, формирование наборов.

В текущих реалиях приоритетным направлением в логистике мы считаем организацию «последней мили» в регионах России, включающую кросс-докинг и транспортировку товара до конечного покупателя.

Предыдущий год продемонстрировал рост и развитие тех ритейлеров, которые активно осваивают регионы страны. Вместе с тем ритейл-бизнес, как и



« В 2015 году компания АЛИДИ подтвердила свой статус надежного партнера, одержав победу в конкурсе Procter&Gamble «Дистрибутор года» в Беларуси.

любой бизнес сегодня, нацелен на оптимизацию затрат. Услуга «последняя миля» – один из способов решить эту непростую задачу. Филиалы АЛИДИ сегодня открыты в 28 городах страны, поэтому у нас есть возможность оказывать данную услугу даже в таких отдаленных точках, как Мурманская область, Архангельская область, Республика Коми и других регионах.

Одним из перспективных направлений развития я считаю формирование пула дополнительных сервисов по информационному сопровождению бизнеса для логистических клиентов. В 2015 году мы активно стали использовать Интернет как единую виртуальную платформу для решения логистических задач. Успешным проектом стал веб-портал, разработанный АЛИДИ для компании SELGROS. Система позволяет управлять поставщиками. Через веб-портал осуществляется запись поставщика на распределительный центр (РЦ), и в назначенное время на РЦ происходит доставка. Дальнейшие этапы включают кросс-докинг, доставку в магазин и возвратную логистику.

– Расскажите подробнее об информационном сопровождении бизнеса, возможностях веб-портала АЛИДИ, насколько универсальным на сегодняшний день он является?

– Сегодня АЛИДИ – эффективный 3PL-оператор, представляющий не только качественные услуги, но и обладающий инновационными IT-решениями. Компания использует систему управления складом WMS Manhattan, на которой работает логистический

кие выкладки. И это далеко не все возможности системы. В компании АЛИДИ сильная команда IT-специалистов, способная решить самые сложные задачи и доработать функциональные возможности веб-портала в соответствии с требованиями клиента.

– Что выигрывают потребители логистических услуг, заказывая услугу кросс-докинга в компании АЛИДИ?

– В условиях экономического кризиса услуга кросс-докинга вместе с «последней милей» может стать оптимальным решением для ритейлеров. Мы готовы гибко реагировать на предложения наших клиентов, подстраиваться, дорабатывать функционал. Активным потребителем услуги кросс-докинга, которая помогает снять массу проблем с доставкой товара, является компания SELGROS. Кросс-докинг осуществляется на складе АЛИДИ в городе Чехове, откуда производится доставка в магазины клиента. На склад прибывает до 100 транспортных средств в сутки (1,5-, 3-, 5 тонн), все заказы обрабатываются в течение 24 часов. Организация работы происходит через веб-портал, о котором было сказано выше.

Кросс-докинг, как и доставку «последней мили», мы можем организовать практически по всей России, что очень важно для крупных федеральных сетей и поставщиков. Сети, как правило, заинтересованы в работе с локальными поставщиками, поскольку они могут привозить товар не в Москву и Санкт-Петербург на РЦ той же «Пятерочки», а сразу к нам, в Сыктывкар, Архангельск, а мы уже добавим товар в заказ магазина.

– Федеральные сети идут к тому, что начинают строить собственные РЦ по всей России, укорачивая логистические плечи. Не окажется ли, что услуги АЛИДИ по кросс-докингу и «последней миле» в перспективе станут невостребованными. Не пугает ли вас такой вариант развития событий?

– Компания АЛИДИ развивается вместе с логистическим рынком, и, безусловно, мы учитываем все возможные векторы развития и рыночные изменения. Если говорить о региональной логистике, здесь важен один нюанс – дефицит качественных складс-

Справка о компании

АЛИДИ – ведущая дистрибуторская и логистическая компания. Она была основана в 1992 году в Нижнем Новгороде. Офисы АЛИДИ представлены в 3 странах: России, Беларуси и Кении, а количество филиалов превысило 30.

Компания АЛИДИ является дистрибутором № 1 и одним из крупнейших поставщиков в торговые сети продукции известных международных производителей:

- Procter&Gamble;
- Nestle и Nestle Purina;
- MARS и Wrigley.

Помимо дистрибуции АЛИДИ оказывает логистические услуги, занимается импортом товаров и предоставляет своим партнерам полный цикл рекламно-маркетинговых услуг.

АЛИДИ сегодня:

- 32 филиала, 29 складов в России, Беларуси, Кении.
 - 6200 квалифицированных сотрудников, из них 1000 человек – торговые представители.
 - Годовой оборот в 2015 году составил 33,7 млрд рублей.
 - Складские помещения площадью 130 000 м².
 - Более 90 000 обслуживаемых торговых точек.
- АЛИДИ является постоянным участником отраслевых рейтингов, а результаты деятельности компании получают высокие оценки бизнес-сообщества. АЛИДИ входит в топ-5 крупнейших логистических операторов России (EALA) и топ-200 крупнейших частных компаний России (Forbes).

основой для развития бизнеса по оказанию логистических услуг. Также дистрибуторский бизнес помогает в том плане, что клиент из дистрибуции может воспользоваться и нашими логистическими услугами. В нашей практике такие примеры были, и поиск синергии увенчался успехом. Эти два направления связывает единая коммуникационная система, хотя, по сути, они абсолютно разные.

бизнес, ERP-систему J.D. Edwards для дистрибуционного бизнеса. Документооборот с партнерами организован в соответствии со стандартами EDI. АЛИДИ в повседневной работе использует универсальную интеграционную платформу для обмена данными с партнерами Microsoft BizTalk Server, систему автоматической выгрузки отчетности, систему маршрутизации и отслеживания транспорта «Антор», электронную цифровую подпись (ЭЦП).
 Веб-портал АЛИДИ, разработанный для SELGROS, внедрен в WMS Manhattan. Возможности портала универсальны. Он позволяет управлять товарными запасами: заказами от магазина, отдела снабжения, поставщиков, импортировать заявки на склад, управлять приемкой-отгрузкой; следить в онлайн-режиме за операциями и статусом заказов, температурным и влажностным режимами. Кроме этого, с помощью портала можно управлять возвратной логистикой, следить за исполнением графика поставок и отгрузок, импортировать подтверждающие документы POD, экспортировать отчеты и получать аналитичес-

ких помещений в регионах. Девелоперы пока не учились строить в регионах: получается дорого и неэффективно. Соответственно, и заполняемость таких складов низкая. На мой взгляд, до развитой сети РЦ в России еще очень далеко.

– Можно ли сказать, что дистрибуторский бизнес для АЛИДИ является драйвером логистического?
 – Эффективная логистическая система дистрибутора – залог прибыльного бизнеса. Нарботанная годами экспертиза АЛИДИ в построении оптимальных транспортных и складских процессов служит

« **Ежедневно компания АЛИДИ доставляет более 10 000 заказов собственным и наемным автомобильным парком. В распоряжении компании – новый высокотехнологичный транспорт.** »



– В 2013 году АЛИДИ вышла сначала на рынок Беларуси, а затем Кении. С Беларусью, которая находится по соседству, все понятно, но как появилось, что АЛИДИ решила осваивать кенийские территории?

– В 2013 году, развивая дистрибуторские операции в Кении, на территории Восточной Африки, компания Nestle заключила с АЛИДИ контракт на покрытие новых территорий – регионов Mount Region, North Naitobi, Rift Valley. Почему так получилось? В Кении не нашлось дистрибуторов, которые бы отвечали требованиям компании Nestle. По итогам первых месяцев работы в Африке АЛИДИ доказала, что может добиваться хороших результатов, не отступая от современных стандартов качества работы, к которым стремится любая глобальная компания на развивающихся рынках.

Решение о передаче территории в покрытие компании АЛИДИ было принято еще в начале 2013 года, тогда же в Найроби отправилась команда наших сотрудников. А уже в сентябре 2013 года были осуществлены первые продажи и отгрузки продукции в торговые точки. На сегодняшний день штат торговой команды АЛИДИ Кения превышает 80 сотрудников, большинство из них кенийцы. Головной офис дивизиона компании находится в столице Кении, в городе Найроби.

Конечно, если говорить об объемах, их нельзя сравнить с поставками в России и Беларуси, но мы рассматриваем это направление как стратегическое. Присутствие в той же Кении можно расширить либо пойти в соседние страны Африки.

Расширение географии операций для АЛИДИ всегда было важным стратегическим направлением развития. На протяжении 2015 года мы провели большую работу и в ближайшее время готовимся запустить операции в четвертой стране. В начале этого года АЛИДИ выиграла тендер по дистрибуции продукции одного из крупных международных производителей в Казахстане.

– Желаем вам удачи. Благодарим за интересную и содержательную беседу.