

# «КОМПОНЕНТЫ НАШЕЙ ПРОДУКЦИИ ВНЕ ПОЛИТИКИ САНКЦИЙ...»

Компания Oriflame снискала в России заслуженную популярность. Наверное, каждый хотя бы раз в жизни пользовался ее услугами. Именно поэтому деятельность компании многим интересна. Продолжат ли потребители покупать косметику во время кризиса? Можно ли оформить заказ в кредит? Как в компании проводятся тендеры на оказание логистических услуг? Сегодня на эти и другие вопросы журнала «ЛОГИСТИКА» отвечает Дарек Градис, директор по операциям, логистике и клиентскому сервису в России и Белоруссии.



Дарек Градис,  
директор по операциям, логистике и клиентскому сервису  
в России и Белоруссии

– Дарек, здравствуйте! Рады видеть вас в гостях у «ЛОГИСТИКИ». Компания Oriflame очень популярна в России, она постоянно развивается. Нам известно, что в начале 2015 года в Московской области открылся производственно-логистический комплекс компаний. Почему для размещения производственных мощностей вы выбрали Россию?

– Выбор в пользу России и СНГ – одного из ключевых рынков компании Oriflame – не случаен. Мы хотели организовать производство ближе к потребителям, а Россия, как известно, большая, и затраты на перевозки по стране огромные. В этой ситуации вполне логично было разместить производство непосредственно в стране, сократив затраты на логистику и импорт продукции. Кроме того, если мы производим продукцию за границей, закупая ее в евро, часть затрат в России все равно приходится на рубли, а это снижает курсовые затраты и риски. Все эти факторы повлияли на решение построить производственные мощности здесь.

– В чем отличие системы логистики Oriflame от подобных систем таких компаний, как, например, Avon, Mary Kay, ведь они тоже активно используют прямые продажи и сетевой маркетинг?

– Главное отличие в том, что у Oriflame кроме собственных сервисных центров есть еще и пункты выдачи заказов, которыми владеют и управляют частные предприниматели – партнеры компании. Oriflame доставляет продукцию более чем в 4500 таких точек в 2000 населен-



«Производственно-логистический центр «Орифлэйм» в Ногинском районе позволит компании увеличить долю собственного производства вблизи основных рынков сбыта и за счет этого оптимизировать скорость и затраты на производство, хранение и перевозку продукции.

ных пунктов России. Пункт выдачи представляется собой как логистическую конечную точку, где продукция передается покупателю, так и офис, представляющий компанию. Здесь наши партнеры могут получить и финансовую помощь, и корпоративные материалы.

– Расскажите подробнее о финансовом поощрении своим партнерам. Как это происходит?

– Консультанты Oriflame получают процент от оборота продукции. Выступая по сути индивидуальными предпринимателями, консультанты сами принимают решение об открытии своего дела. На этом этапе партнерам нужно выполнить определенные условия, заданные компанией, для осуществления доставки.

– Допустим, консультант Oriflame решил открыть свое дело, какие условия ему необходимо выполнить?

– Консультант – индивидуальный предприниматель может открыть свой офис, используя нашу символику, а мы, в свою очередь, регла-

ментируем, как, где и в каком виде ее можно использовать. Открытие такого офиса, а точнее сервисного пункта обслуживания (СПО) Oriflame, сопровождается присвоением ему номера, который регистрируется в системах и адресах транспортных компаний. Консультанту предоставляются определенные материалы, разъясняются все правила и процедуры, по которым он должен работать. На заключительном этапе подписываются соответствующие документы, и уже после этого индивидуального предпринимателя начинает обслуживать транспортная компания, которая привозит заказы, а ИП доводит их до потребителя.

– А если объем продаж у консультанта недостаточен для открытия сервисного пункта Oriflame?

– В этом случае его обслуживает другой представитель компании. Не у всех есть возможность открыть СПО, это во многом зависит от населенного пункта, где находится консультант.

– Нам известно, что часть логистики вы отдаете на аутсорсинг компании Tablogix. Как это выражается в процентном соотношении?

– В процентном соотношении это выглядит так: 70% складской логистики в России принадлежит нам, доля Tablogix составляет 30%. Однако нужно учесть, что Tablogix работает только в Ногинске. Во всех остальных филиалах аутсорсинга складской логистики нет. Вместе с тем мы не исключаем, что со временем такая возможность передачи на аутсорсинг логистики другим компаниям появится. Разумеется, это произойдет только в том случае, когда на рынке появятся предложения, удовлетворяющие нас и по стоимости, и по уровню сервиса.

– Почему в качестве PL-оператора в Московской области компания Oriflame выбрала Tablogix?

– Выбор компании PL-оператора происходил на основании стандартной процедуры тендера. Tablogix смог предложить наиболее выгод-

ные условия по стоимости, уровню и качеству сервиса. Это и стало решающим фактором в выборе Tablogix в качестве партнера. Именно поэтому сегодня мы продолжили сотрудничать с данной компанией, как делали это, когда дистрибуционный центр располагался в Красногорском районе Московской области.

“ В течение года в компании заказывают продукцию более 1 млн покупателей (консультантов), преимущественно женщины.

– **Дарек, расскажите, как в Oriflame проходит процедура тендера, существуют ли открытые требования к компаниям, оказывающим логистические услуги?**

– Все тендеры осуществляются по стандартной схеме. Сначала отбираются поставщики услуг, логистических, транспортных или других, после этого подписываются соглашения о конфиденциальности и лишь затем им передаются вводные данные для расчета.

Для оценки потенциального партнера мы можем попросить компанию сделать срез на основании 3–4 маршрутов или, к примеру, чтобы понять уровень цен, предоставляем информацию по складу. После этого компания приглашается в тендер.

Все участники тендера проходят обязательную проверку юридического и финансового отдела как контрагенты. В свою очередь мы тоже открыты к любым встречным проверкам. Всю документацию своей компании мы предоставляем по запросу. После всех необходимых процедур тендер проводится на открытой площадке с участием иницилирующего тендер отдела, а также подразделения, контролирующего его финансовую часть.

**По их мнению, женщины перестанут тратить деньги на что-то другое, только не на косметику. Как в связи с кризисом изменились потребности ваших клиентов?**

– Спрос на продукцию компании Oriflame традиционно повышается в праздничные дни, сейчас же мы наблюдаем небольшой спад на рынке. Однако нельзя не согласиться с тем, что женщины не перестанут покупать косметику. Скорее всего, просто будут это делать не в тех объемах, что раньше.

– **В товарах компании присутствуют импортные компоненты, особенно это касается сегмента БАДов. Как повлияла санкционная политика ЕС и США на поставки сырья?**

– Компонентам нашей продукции санкционная политика не страшна. Сложности у компании были год назад, когда ограничения только вводились, и коснулись они как раз БАДов, которые тогда попали в общий список запрещенной продукции. Однако буквально в течение месяца правительство вывело БАДы и витамины из этого списка. Мы даже не успели ничего почувствовать, потому что на складах были запасы, а после эта продукция снова пошла через границу без всяких затруднений.

Хочу сказать, что практически все ингредиенты, которые мы используем, импортные, в основном они поступают из стран Европейского союза. Компания также использует много упаковочных материалов российского производства, но только после их тщательного тестирования.

– **Насколько нам известно, используемые вами складские IT-решения разработаны компанией KNAPP. Чем был обусловлен выбор этой компании?**

– На момент процедуры тендера предложение компании KNAPP стоило дороже, чем у ее соперников. Но, во-первых, конвейер на линии KNAPP выигрывает и по качеству, и по производительности. Во-вторых, IT-решения компании KNAPP по управлению линией обладают большей гибкостью. В-третьих, на наш выбор пов-

## Справка о компании Oriflame

Компания основана в Швеции в 1967 году. Производит более 1000 видов косметической продукции и продукции здорового питания. Объем онлайн-торговли и прямые продажи более чем в 60 странах мира превышают 1 млрд евро в год.

Акции Oriflame котируются на бирже NASDAQ OMX с 2004 года. Штаб-квартира компании находится в Швеции, центры разработки продукции – в Швеции и Ирландии. У Oriflame около 3 млн независимых консультантов – покупателей продукции.

– **Опишите механизм доставки товаров Oriflame от размещения заказа до его получения покупателем?**

– Покупатель может заказать продукцию на сайте компании и получить ее так же, как и в любом другом интернет-магазине. Кроме того, потребитель может обратиться к представителю компании (консультанту), который формирует заказ. Возможно, в этот заказ представитель добавит еще несколько похожих заказов. Консультант собирает мелкие заказы клиентов в один большой. Затем консультант размещает заказ в любое время, в том виде, в котором ему удобно: через интернет-сайт, мобильное приложение, по телефону или каким-нибудь другим способом. После заказа попадает в нашу внутреннюю систему, которой пользуемся мы все. Она является полноценной структурой для всех участников Oriflame. В таком формате заказ сохраняется, на складе под него резервируется товар, который отправляется на сборку. При создании заказа ему присваивается уникальный номер, который числится за определенным сервисным пунктом обслуживания, за конкретным ИП.

– **Услуги доставки оплачивает консультант?**

– Оплата за доставку (в зависимости от ее типа) включена в каждую накладную. По желанию можно выбрать способ доставки на дом, через

терминал самообслуживания. Услуга доставки стоит недорого, поскольку у нас есть собственные пункты выдачи заказа.

**– И все же сегодня большинство покупателей предпочитают отдавать интернет-заказам...**

– Действительно, основной канал размещения заказов – это интернет-сайт. Вы регистрируетесь и заполняете обычную форму, как в любом интернет-магазине: вводите фамилию, имя, отчество, мобильный телефон для связи. В процессе оформления заказа система выдает на выбор несколько видов доставки: курьерскую, почтой, в постомате и др. Но чаще всего люди предпочитают сэкономить на доставке и получить продукцию рядом с домом, в СПО. Что это такое? Место, где вы хотите получить заказ. К примеру, если вы живете в Наро-Фоминске, вам на выбор предлагаются адреса трех СПО. Выбираете ближайший к себе, храняете на него этот заказ, и мы уже по своей системе передаем его на сборку по определенному графику.

Два раза в неделю формируются поставки по каждому маршруту, которые распределены по регионам и областям. Есть четкое расписание, вы получаете информацию на свой электронный адрес о состоянии вашего заказа и о том, что он доставлен в СПО и его можно забрать. Остается только прийти, предъявить чек (если у вас оплата при получении) или паспорт (если заказ сделан в кредит).

**– Каковы минимальные и максимальные сроки доставки?**

– Минимальный срок – 24 часа. Если говорить об удаленных населенных пунктах на Дальнем Востоке, то доставка может осуществляться до 30 календарных дней. Среднее время доставки товаров Oriflame по России составляет около 48 часов.

**– Благодарим за интервью! До встречи на страницах журнала «ЛОГИСТИКА».**

лила организация поддержки пользователей решений: сервисная служба компании KNAPP работает 24 часа 7 дней в неделю.

**– Сколько времени прошло с момента объявления тендера до запуска системы?**

– Если брать весь цикл, от открытия тендера до запуска линии, прошел примерно год. Выбор поставщика занял около 3 месяцев, завоз оборудования и монтаж линии – еще примерно 4 месяца, с мая по сентябрь 2012 года. Сентябрь-октябрь заняли настройка ПО, тесты с нашими реальными заказами. И в декабре 2012 года мы запустили систему в коммерческую эксплуатацию.

**«Компания сотрудничает**

**примерно с 10 000**

**индивидуальных**

**предпринимателей,**

**которые организуют**

**доставку продукции через**

**более чем 5000 сервисных**

**пунктов обслуживания в**

**2000 населенных пунктов**

**России. Почти 100%**

**заказов осуществляется**

**онлайн. Среднее время**

**доставки заказов в России**

**составляет около 48 часов.**

**– В чем специфика логистических операций в косметической отрасли? Какие условия необходимо соблюдать при перевозке продукции Oriflame?**

– Компания Oriflame в первую очередь ориентирована на клиента, и качество для нас всегда на первом месте. Условия перевозок строго регламентированы, мы стараемся учитывать все до мелочей. К примеру, у нас есть такой сегмент, как БАДы, небольшой по товаробороту, но достаточно крупный по денежному обороту. Соответственно, к транспортировке, хранению и продаже БАДов предъявляются более жесткие требования: здесь используются только рефрижераторные перевозчики с тепловым режимом.

Возьмем другой пример – помаду Oriflame. Она экспортируется в десятки стран по всему миру и выдерживает перепады температуры от +5 до +40 °С. Это доказано лабораторными испытаниями, и наши коллеги с производством позволяют нам летом транспортировать продукцию в тентах, если перевозка не превышает 10 дней. Нагрева помада не боится – не течет, не плавится, но холода не переносит, поэтому в зимнее время мы храним и перевозим ее только в тепле.

**– Эксперты полагают, что на сегменте рынка косметики кризис отразиться не должен.**

