

За успеха в спедицията

Въпреки рецесията постигнахме ръст на пазарния дял и продажбите, казва Николай Николов - управляващ собственик на World Transport Overseas Bulgaria

- Господин Николов, за последните девет години от създаването на компанията колко и какви товари сте превозвали?

- Започнахме през 2001 г. с предлагането на контейнерен транспорт. През годините развихме също въздушна и сухопътна спедиция, както и групажен морски транспорт, който позволява превоза на малки пратки (дори под 1 куб.м).

В България по море и въздух се внасят основно готови изделия - обувки, дрехи, строителни материали, мебели, електроника и т.н. От страната се изнасят главно суровини - метали, дървен материал, пластмаси, хартия, семена, билки, химикали. Значителен дял в износа

по море и въздух имат също машините и съоръженията, електрониката, вината. Само през 2009 г. нашата компания е превозила повече от 4000 контейнера и значителен брой въздушни пратки. Силно развихме и групажния морски сервиз, след като миналата година поехме представителството на водещ морски консолидатор в Азия и един от най-големите в света.

- В колко държави по света имате ваши агенти и къде се намират основните ви хъбове?

- Разполагаме с агенти в повече от 120 държави. Членството ни в редица международни спедиторски организации ни дава възможност да поддържахме мрежа от агенти в цял свят. Те стриктно спазват правилата на организациите, в които членуваме. По този начин осигуряваме надежден сервиз и отлично отношение към клиентите и техните контрагенти, независимо къде са. Ос-

WORLD TRANSPORT OVERSEAS BULGARIA е водеща спедиторска компания в страната. Предлага качествени решения в морския, въздушния и сухопътния транспорт, съобразени с индивидуалните изисквания на клиентите. Компанията е носител на Златен медал и Диплом от Пловдивския панаир - 2009 г.

новните ни хъбове за групажен морски транспорт са Сингапур, Хонконг и Дубай. Използваме Хонконг и Дубай и за въздушна консолидация.

- Кои са българските компании, които ви се доверяват, и какво основно превозвате за тях?

- Само за последните две години имаме над 2000 клиента от България. Тези данни са събрани, след като въведохме система за управление на отношенията с клиентите (CRM). Сред

по-известните ни партньори са "Евромаркет", "Спорт Депо", "Офис 1", "Карло Даниели", варненската корабостроителница "Булярд" и много други.

- Кога една фирма избира водния транспорт и съответно кога е по-добре да се ползват въздушните превози?

- Основните критерии при избор на вид транспорт са цената и транзитното време. Морският транспорт е евтин, но с дълго транзитно време, обратно - въздушният е скъп, но значително по-кратък. По море се превозват товари, за които е допустимо съответното транзитно време. Обикновено това са обемни и тежки пратки, цената за които при въздушния транспорт е изключително висока. Случва се понякога

такива пратки да се транспортират и по въздух, когато са много спешни. Например резервни части за кораби, самолети и т.н., при които изгубеното време от престоя им е също изключително скъпо.

- Колко струва транспортирането на един контейнер например от Китай до България? От какво зависят цените?

- Цените на контейнерния транспорт са много динамични. Понякога се променят всяка седмица. Всеки корабособственик предлага свои собствени условия за транспорт, които често значително се различават от тези на конкурентите. Именно тук е нашето предимство като спедитор - подхождаме към всеки клиент индивидуално, като му предлагаме

решение "по мярка", съобразено с изискванията му за качество, транзитно време, цена, претоварни пристанища и т.н.

В момента приблизителната цена за транспорт с 20-футов контейнер от основните пристанища в Китай (Шанхай, Хонконг, Нингбо, Шенжен) до Варна варира от 1500 до 2000 долара, а за 40-футовите стандартни и високи контейнери - от 2900 до 4000 долара. Други фактори са цените на горивата, промените в курса на щатския долар към останалите валути, пиратският риск и др.

- Каква е конкуренцията в сектора, в който оперирате, и какви са вашите предимства?

- Компанията ни е водеща в България в областта на морската спедиция. Имаме значителен дял и във въздушната спедиция. Глобалната

ни партньорска мрежа от висококвалифицирани специалисти и стратегическото ни партньорство с един от най-големите морски консолидатори в света ни отреждат лидерско място на пазара на групажен морски транспорт в България. Едно от конкурентните ни предимства е, че максимално улесняваме клиента чрез

онлайн приложения за запитвания, заявки и проследяване на товари. Системата позволява следене на пратките 24 часа в денонощието, 7 дни в седмицата.

Гъвкавата финансова политика към клиентите ни прави предпочитан партньор, особено във време на криза. Предлагаме и митническо посредничество, операции на пристанищата, доставка до врата и др. Идеята е да осигуряваме на клиента one stop shop услуга, насочена към неговите индивидуални нужди. Тоест предлагаме му комуникация само с един наш колега, който организира за него всички видове транспорт - морски, въздушен и сухопътен, както и всички допълнителни услуги. Освен че пестим неговото време, по този начин той може да разчита и на най-доброто транспортно решение за себе си. Съдействаме на клиентите си и при намиране на контрагенти в цял свят в зависимост от търсения от тях продукт. Нашите агенти притежават голяма база данни за компании, което ни позволява да препоръчаме надежден партньор.

- Вече имате офис в Сърбия. На кои други пазари планирате експанзия?

- Откриването на офиса ни в Белград, Сърбия, е част от нашата стратегия за покриване на региона със собствени офиси. В стратегията ни е включен и Китай, и по-специално Шанхай.

- Експерти твърдят, че при глобална криза колкото по-международен е бизнесът ти, толкова по-застрашен си. Първи от кризата пострадаха превозите, които имат най-пряк контакт със световната търговия. Как се отрази тази ситуация на вашата компания?

- Според една китайска поговор-



НИКОЛАЙ НИКОЛОВ е управляващ собственик на **World Transport Overseas Bulgaria**. Има 15-годишен опит в спедицията. Магистър е по икономика от УНСС. Семейен, с едно дете.

ка кризата е възможност, яхнала опасен вятър. За радост ние успяхме да превърнем тази опасност в попълнен вятър. В нашия бранш кризата започна да се усеща с пълна сила още през септември-октомври 2008 г. Както повечето компании, и ние не бяхме напълно готови за нея. Въпреки това реагирахме навреме.

Променихме стратегията си. Поставихме си за цел не просто да оцелеем, а да разширим пазара. Заложихме на основното си предимство - гъвкавостта. За разлика от много наши конкуренти - по-големи компании, включително мултинационални, успяхме бързо да се пренастроим в тон с новата ситуация. Като начало си поставихме за цел да не допуснем спад в обемите. Решение-

то бе да засилим продажбите и да обогатим портфолиото си с нови услуги, особено с такива, които не се предлагат от конкурентите. Започнахме да предлагаме седмичен експортен групажен сервиз през Варна, а малко по-късно стартирахме и програмата си за лоялни клиенти - Shipments & More. И двата проекта са уникални за българския пазар. Те ни помогнаха да увеличим клиентите си. В крайна сметка въпреки рецесията постигнахме ръст на пазарния си дял и продажбите.

- Кой е най-важният урок, който получихте, докато създавахте и развивахте собствената си компания?

- Всичко се постига с много труд и вяра в успеха. ■