



04 Июль 2008, Пятница

Свежий номер • Архивы • Рассылки • Карта сайта

Українською

КОНТРАКТЫ UA	Деловые новости	Пресс-релизы	Бизнес-события	Форум	Личный счет	Авто	Нед
---------------------	---------------------------------	------------------------------	--------------------------------	-----------------------	-----------------------------	----------------------	---------------------

Украинский деловой еженедельник "Контракты" / № 23 от 09-06-2008

РЕКЛАМА П

ПОИСК

В этом номере:

- ▶ Тема номера
- ▶ Эпицентр
- ▶ Деньги
- ▶ Сфера влияния
- ▶ Персона
- ▶ Рынки и Компании
- ▶ Автоклуб
- ▶ Секрет фирмы
- ▶ Маркетинг
- ▶ Вещи
- ▶ В конце номера
- ▶ **Содержание**

В "Контрактах":

- Свежий номер
- **Архивы**
- **Об издании**
- Редакция
- Подписка
- Реклама в газете
- "Конкретно о..."
- "КАК КУПИТЬ"
- "Гвардия"

На сайте:

- **Акция**
- **Новости компаний**
- **Рассылки сайта**
- **Реклама на сайте**
- Каталог ссылок
- **Контакты**
- **Карта сайта**

Сделай стартовой

Добавить в избранное

RSS rss каналы

Реклама:

Маркетинг

Почтовый рейс

Алексей ГОШ, директор по коммуникациям Reputation Capital



FedEx не раз удавалось избежать репутационного кризиса благодаря личному участию топ-менеджмента в разрешении конфликтных ситуаций

Одним из наиболее существенных конкурентных преимуществ американского почтового перевозчика FedEx долгое время считалось умение правильно распознавать потребности рынка и предлагать адекватные решения едва назревающих проблем.

Так, отметив растущий спрос на быструю и надежную транспортировку документации и бандеролей, основатель компании молодой Фредерик Уоллес Смит применил новаторскую для начала 1970-х схему, при которой объединенные в общую систему самолеты и грузовики управлялись из одного пункта. Им стал аэропорт Мемфиса. Апробированная схема доставки не только доказала свою состоятельность, но и заставила многих конкурентов перейти на аналогичный метод работы.

Сегодня транснациональная корпорация FedEx охватывает своей деятельностью 212 стран, а в ее штате работают 143 тыс. человек. Важной частью коммуникационной стратегии является работа так называемой кризисной группы, члены которой заняты определением наиболее «тонких» участков деятельности и разработкой мер по их преодолению. Подробные антикризисные планы с поминутным расписанием деятельности каждого подразделения предусматривают противостояние самым различным «бедам», в числе которых террористические акции, аварии самолетов, отключение электроэнергии, компьютерных сетей и пр.

На два фронта

Впрочем, даже тщательное антикризисное прогнозирование не убергло компанию от всеобщей забастовки пилотов в 1998 году. Впервые 3,3 тыс. сотрудников объединились против своего руководства. Под удар была поставлена своевременная доставка грузов, лояльность клиентов и уверенность сотрудников компании в своем будущем. И, наконец, важнейшее достижение за двадцатипятилетнюю историю компании — репутация надежного перевозчика. Топ-менеджмент FedEx понимал, что даже угроза начала забастовки в пред рождественский сезон несла большие риски для инвесторов, клиентов и сотрудников. Пилоты же радовались правильности выбранного момента.

Реклама от Google

[Курьерская доставка.](#)

Сдача бух.отчетности, сбор подписей Скидки, заказ по тел. 2239362 trimmer.kiev.ua

[Рейс](#)

Авиабилеты online! Поиск низких тарифов. Flysiesta.ru

Издания "ГК":

Бухгалтерский еженедельник "ДЕБЕТ-КРЕДИТ"



№26/2008

Актуальные вопросы налогового учета ::
Учет подотчетных средств на предприятии ::
Изменены правила ввоза и вывоза валюты ...

Рейтинги "ГВАРДИЯ"



"Гвардия брендов"
Рейтинг самых дорогих брендов Украины

Каталог "Конкретно о строительстве"

ИННОВАЦИИ FedEx		
В чем FedEx была первой среди почтовых и экспедиционных компаний	Год	Результат
Объединила в одну логистическую систему собственный парк самолетов, оборудование для сортировки и грузовой	1973	Клиенты получили возможность доставки посылок «от двери до двери» в течение ночи
Начала размещать рекламу воздушных грузоперевозок на ТВ	1975	Первые рекламные ролики компании были забавными и запоминающимися. Всего за четыре года, в течение которых с телеканалов не сходили юмористические сюжеты, Federal Express стала лидером отрасли грузоперевозок
Запустила систему отслеживания грузов COSMOS в реальном времени	1979	Клиенты получили доступ к информации относительно состояния и местонахождения груза по телефону
Ввела компьютерную автоматическую систему отправки	1984	Клиенты получили возможность ускоренного заполнения всех необходимых документов
Ввела переносную систему сканирования штрихкодов SuperTracker	1986	Сократилось время обработки грузов
Предложила услугу отслеживания движения груза в режиме онлайн	1994	Клиенты получили доступ к информации относительно состояния и местонахождения груза по интернету

Избежать серьезных последствий в сложившейся ситуации была призвана специально разработанная двухуровневая коммуникационная стратегия. В национальных масштабах FedEx максимально уменьшила упоминание о возникших сложностях, сосредоточив внимание СМИ на том, что переговоры проходят в благоприятной обстановке и компания имеет альтернативные способы выполнения пожеланий потребителей. Также была донесена мысль о том, что FedEx имеет полную поддержку со стороны инвесторов и партнеров. К числу последних относилась компания Williams-Sonoma, являющаяся крупным продавцом товаров по каталогам. 90% перевозок товаров компании осуществляла FedEx, и угроза забастовки могла навсегда похоронить весь ее бизнес. Тем не менее топ-менеджер Williams-Sonoma выразил в эфире национального телевидения уверенность, что FedEx безболезненно преодолет возникшие сложности.

На локальном уровне перевозчик, наоборот, выбрал агрессивную коммуникационную стратегию. В отдельных регионах, особенно в тех, где жили пилоты, компания проводила массированную информационную кампанию. Ее главным посланием было утверждение, что забастовка не является лучшим выходом из ситуации и может негативно отразиться на остальных сотрудниках компании и местных общинах.

Такая позиция FedEx способствовала формированию положительного общественного мнения. В этот момент компания ввела в переговорный процесс «тяжелую артиллерию» в виде своего основателя и управляющего директора Фредерика Смита, что чрезвычайно усилило позиции руководства FedEx.

В адресованном пилотам письме Фредерик Смит выразил сожаление по поводу сложившейся ситуации, а также действий профсоюза,

От скандала FedEx спасло то, что на пожар приехал вице-президент компании



**"Конкретно о строительстве"
№6-2008**

Строительство, ремонт,
материалы,
инструменты

**Каталог
"Как купить ..."**



**"Как купить ..."
№4-2008
АВТОМОБИЛЬ**

Реклама:

который дважды менял выдвинутые требования, в результате чего срывались результаты ранее достигнутых договоренностей. Обвинив профсоюз в непрофессионализме и отсутствии бизнес-опыта, президент корпорации настоятельно рекомендовал пилотам продолжить работу, заверяя, что никакие штрафные санкции к ним не будут применены.

В результате крупные масс-медиа достаточно быстро потеряли интерес к кризисной ситуации, с большей охотой отображая в своих публикациях стремление перевозчика увеличить долю в электронной торговле, нежели действия руководства в условиях возможной забастовки.

Подобным образом отреагировал на кризисную ситуацию и фондовый рынок. Если во время наибольшего обострения отношений между руководством и пилотами цена акции упала с \$60 до \$43, то в скором времени она поднялась до рекордной отметки в \$90.

Причина столь незначительных потерь заключается в высоком уровне репутации компании и верно выбранной коммуникационной стратегии. В то время как многие в подобных случаях прибегали ко всеохватывающей информационной кампании, пытаясь убедить сотрудников вернуться на рабочие места, FedEx настойчиво выражала уверенность в том, что она сможет предоставлять клиентам качественный сервис при любых обстоятельствах. Традиционный в подобных случаях подход был заменен на четко продуманные послания жителям отдельных регионов.

Безымянный грузовик

FedEx не раз удавалось безболезненно выходить из кризисных ситуаций, привлекая топ-менеджеров для решения самых незначительных на первый взгляд проблем. Например, осенью 2002 года в компанию пришло сообщение о том, что на одной из оживленных автомагистралей горит грузовик, принадлежащий FedEx. Во главе группы менеджеров, отправившихся на место происшествия, лично выехал вице-президент Билл Маргаритис, который по прибытии приказал закрасить логотип FedEx на машине, чтобы избежать его появления в теленовостях. Не оказавшись он на месте, рядовые работники компании вряд ли догадались бы поступить таким образом.

Убедившись, что речь не идет о теракте, PR-служба связалась с ведущими информационными агентствами, донеся им информацию об инциденте как о рядовом дорожно-транспортном происшествии. В результате лишь немногие масс-медиа упомянули об этом в своих сообщениях, а компании удалось предотвратить возможный репутационный кризис.

Достижения FedEx

- Рост доходов — с \$400 млн до \$22 млрд в год.
- Расширение авиапарка с 60 до 600 самолетов.
- Увеличение среднего объема транспортируемых посылок с 60 тыс. до 3 млн в день.
- Увеличение количества сотрудников с 7 тыс. до 200 тыс.

- Расширение ареала обслуживания с одной до 215 стран.
- В мае 1983 года FedEx стала первой компанией, которая достигла прибыли в \$1 млрд всего за десять лет работы, основываясь исключительно на внутреннем росте и не приобретая другие фирмы.
- Вхождение в первую десятку рейтинга Most Admired Company журнала Fortune (2008 г.).

[Обсудить на форуме](#)

[Вверх](#) 

 [Версия для печати](#)

 [Отправить почтой](#)

 [Оценить статью](#)

 [Ваш комментарий](#)

ОТРИМАЙ 2 НОМЕРИ

[Главная](#) - [Свежий номер](#) - [Архивы](#) - [Новости компаний](#) -
[Подписка](#) - [Реклама](#) - [Карта сайта](#) - [Рассылки](#) - [Поиск](#)



© **Контакты, 2008** Копирование и размещение материалов на других сайтах разрешается только с ГИПЕРссылк <http://kontrakty.com.ua> - КОНТРАКТЫ. Ссылка должна быть - прямая, активная, нескриптовая, не закрытая от запрещенная для следования робота.

Редакция: gazeta@gc.kiev.ua, т/ф:(044) 391-51-75. Интернет-проект: kontakty@kontrakty.ua