Tālivaldis Vectirāns
Autosatiksmes departamenta vadītājs, Satiksmes ministrija

Kaspars Kauliņš
Klientu direktors, Igaunijas reģiona vadītājs, Pedersen & Partners

Vít Lobpreis
Pārdošanas sistēmu projektu līderis, Scania CER

Ģenerālpartneris:

Partneri:

ecofleet

Swedbank

FLEET MOBILITY EXEX* MOBILO KOMANDU VADĪBA

2016.gada 18.februārī

Radisson Blu Hotel Latvija, Rīga

Andris Dambis
Autoinženieris un autosportists

Jānis Rapa
Transporta nodaļas vadītājs, Lattelecom

Tomass Rēders
Pārstāvju komandas vadītājs, Sandoz Pharmaceuticals

Agris Stukāns
Uzņēmuma vadītājs, Dayton Group

Niranjan Thiyagarajan
Vadošais konsultants, Frost & Sullivan

*EXEX - /execs, executives/ - vadītāji

Lūdzam norādīt Jūsu vārdu un uzvārdu,
lai grāmatas nozaudēšanas gadījumā varam to Jums atgriezt.

Cien. dalībniek!

Laipni lūdzam Jūs 3. Fleet Mobility EXEX forumā, kura galvenās tēmas šogad ir mobilo komandu vadība un autoparku efektivitātes celšana.

Forums sniegs praktisku ieskatu sekojošās tēmās:

- Kā labāk organizēt savu pārdošanas, uzturēšanas vai izplatīšanas komandu darbu;
- Kā celt sava mobilā darbaspēka produktivitāti;
- Kā efektīvāk pārvaldīt savas organizācijas autoparku.

Visas šīs tēmas tiks aplūkotas caur labākās prakses piemēriem no pašmāju tirgus un ārvalstīm. Aicinām Jūs aktīvi piedalīties diskusijās un dibināt kontaktus ar citiem foruma dalībniekiem.

Organizatoru un partneru vārdā novēlu Jums produktīvu un jaunām idejām pilnu dienu!

Natālija Kuļčicka
Fleet Mobility EXEX

Ģenerālpartneris:

Partneri:

Programma

9.00 Reģistrācija un vieglas brokastis

9.30 **LIKUMDOŠANAS VIDE**

Kādi politiskie aspekti var ietekmēt darbinieku mobilitāti tuvajā nākotnē?

Tālivaldis Vectirāns, Autosatiksmes departamenta vadītājs, Satiksmes ministrija

10.00 **ATTĀLINĀTA LĪDERĪBA**

Kā saglabāt mobilo komandu motivāciju un produktivitāti?

Kaspars Kauliņš, klientu direktors, Igaunijas reģiona vadītājs, Pedersen & Partners

10.30 Pārtraukums

11.00 **TEHNOLOĢIJAS**

Kā telemātikas risinājumi var atbalstīt mobilās komandas?

Vít Lobpreis, pārdošanas sistēmu projektu līderis Scania CER

11.30 **E-MOBILITĀTE**

Nākotne – parastās vai elektriskās automašīnas?

Andris Dambis, autoinženieris un autosportists

12.00 Pusdienas

13.00 PIEREDZE

Kā sasniegt mobilo komandu maksimālo potenciālu?

Paneļdiskusija:

Jānis Rapa, transporta nodaļas vadītājs, Lattelecom

Tomass Rēders, pārstāvju komandas vadītājs, Sandoz Pharmaceuticals

Agris Stukāns, uzņēmuma vadītājs, Dayton Group

14.00 NĀKOTNE

Kādas pārmaiņas darba mobilitātē mūs sagaida tuvākajā nākotnē?

Niranjan Thiyagarajan, vadošais konsultants, Frost & Sullivan

14.45 "EXEX LABĀKAIS AUTOPARKS 2015" godalgas pasniegšana

15.00 Foruma noslēgums

Kādi politiskie aspekti var ietekmēt darbinieku mobilitāti tuvajā nākotnē?

Tālivaldis Vectirāns, Autosatiksmes departamenta vadītājs, Satiksmes ministrija

www.volkswagen.lv

Jaunais Passat GTE

Divu dzinēju pārākums

Jaunais Passat GTE ar Plug-In Hybrid piedziņu apvieno iekšdedzes dzinēja sniegumu ar elektriskā motora efektivitāti.

Volkswagen

Degvielas patēriņš kombinētajā ciklā: 1,6–1,7 l/100 km, enerģijas patēriņš kombinētajā ciklā: 12,8–12,2 kW/100 km, CO_2 izmeši kombinētajā ciklā: 39–37 g/km. Degvielas un enerģijas patēriņa un CO_2 izmešu rādītāji var mainīties atkarībā no izvēlētajām riepām un riteņiem.

Kā saglabāt mobilo komandu motivāciju un produktivitāti?

Kaspars Kauliņš, klientu direktors, Igaunijas reģiona vadītājs, Pedersen & Partners

Šīsdienas stāsts sāksies ar būtiskākajām mobilās komandas atšķirībām gan no komandas vadītāja, gan darbinieka perspektīvas. Runāsim arī par šādas komandas vadītājam nepieciešamajām kompetencēm, vai un kā viņam attīstīt, iedvesmot un iesaistīt savus darbiniekus, komunicēt ar tiem. Un ne mazāk būtiski ir pieskarties arī jautājumiem par to, ko abām pusēm - gan vadītājam, gan darbiniekam, nozīmē strādāt šādā komandā, kas viņiem ir svarīgi, kādas ir gaidas un kur sagaidāmas lielākās grūtības un izaicinājumi.

Mobilās komandas – tā, Jūsuprāt, ir ikdiena vai tomēr reta parādība?

Tā noteikti šobrīd ir vispārīga tendence - kļūt mobilākiem, strādāt pēc elastīga darba laika, elastīgās darba vietās, kad darbiniekam vairs nav jāatrodas konkrētā lokācijā. Taču šī foruma dalībnieku kontekstā mobilas komandas, protams, ir kas cits - biznesa specifika.

Savulaik pats esmu strādājis reģiona un globālā komandā, kurā ir darbinieki no visas pasaules. Ir bijis pat, ka cilvēki komandā, ar ko man jāstrādā, ir bijuši kopumā kādās 40 valstīs un dažādās laika joslās – no Ķīnas līdz Čīlei. Arī šobrīd saskaros un palīdzu uzņēmumiem, kur ir mobilās komandas. "Pedersen & Partners", kas ir augstākā līmeņa vadītāju meklēšanas kompānija, nereti atlasām vadītājus, kuru uzdevums ir strādāt ar mobilām vai attālinātām komandām, piemēram, pārdošanas darbiniekiem vai grāmatvežiem. Savukārt apmācību uzņēmumā "TRIVIUMS apmācība" izstrādāju mācību risinājumus un dalos ar savu pieredzi un praktiski iegūtajām zināšanā ar dažādiem uzņēmumiem un komandām, atbilstoši prasībām un uzņēmuma specifikai, tai skaitā par komandu vadīšanu, produktivitātes

celšanu, darbinieku motivēšanu, iedvesmošanu un atgriezeniskās saites sniegšanu. Reizēm mobilo komandu vadītājiem ir nepieciešamas jaunas kompetences un zināšanas, taču reizēm viņiem nepieciešams sniegt tikai pārliecību un ticību savām vadīšanas prasmēm, iedvesmot vai parādīt virzienu, kurā domāt.

Kas pēc Jūsu pieredzes ir vislielākais izaicinājums mobilo komandu vadītājiem un darbiniekiem?

Varbūt Jums ir konkrētas, praktiskas atbildes uz šiem jautājumiem?

Ir! Bet ar tām es dalīšos forumā. Šobrīd varu minēt kā piemēru ikdienas uzmundrinājumu ar īsziņām, kopīgām telefonkonferencēm vai rāciju saziņu. Arī formas tērps vai kopīgi elementi, ko izvietot kabīnē un kas atgādina par to, kur tu strādā, ir vieni no iespējamajiem risinājumiem.

Bet vai, Jūsuprāt, šādu uzņēmumu darbinieki vispār ir uzskatāmi par

Ikvienam vadītājam, neatkarīgi no tā, vai viņš vada mobilu vai "parastu" komandu, jāprot novērtēt katras atsevišķās uzņēmuma struktūrvienības un katras atsevišķās komandas situāciju, pieņemt lēmumus, rast risinājumus un attiecīgi reaģēt.

Manuprāt, ļoti grūti radīt piederības sajūtu šādā komandā. Piemēram, tu esi šoferis un sēdi automašīnas kabīnē. Kas tev rada to sajūtu, ka tu strādā vienai konkrētai kompānijai, nevis vienkārši brauc ar savu mašīnu no punkta A uz punktu B, jo kopumā jau esi tikai tu un mašīna. Mašīnas krāsojums (kas liecina par piederību konkrētam uzņēmumam) ir redzams no ārpuses, to redz citi, bet jautājums jau ir, kā radīt, kā ienest to sajūtu kabīnē?

komandu? Šoferi, kas katrs sēž savā kabīnē - šo cilvēku darbs bieži vien nav cieši saistīts, viņi pat varbūt nesatiek viens otru, tieši nemaz nesadarbojas.

Manuprāt, katram vadītājam jāsaprot, cik svarīgi un nepieciešami viņam un viņa pārstāvētajam uzņēmumam ir tas, ka šie cilvēki ir komanda. Ikvienam vadītājam, neatkarīgi no tā, vai viņš vada mobilu vai "parastu" komandu, jāprot novērtēt katras atsevišķās uzņēmuma struktūrvienības un katras atsevišķās komandas situāciju, pieņemt lēmumus, rast risinājumus un attiecīgi reaģēt.

Mobilo komandu darbinieki bieži vien ir tādi *individual contributors*. Varbūt ar to pietiek? Kāpēc vispār satraukties par to, vai šie cilvēki ir komanda un jūtas piederīgi? Situācijā, kad katrs šoferis brauc, kur viņš brauc, kad viņam ir savs mērķis, viņam ir sava krava, viņam ir savs laika grafiks... Kāpēc ir jārūpējas par šādiem, dažādās ģeogrāfiskās vietās individuāli strādājošiem cilvēkiem? Viņi patiešām reizēm tiešā veidā nav pat saistīti, un integrācija komandā varbūt nav nedz nepieciešama, nedz vēlama?

Vai tādā gadījumā Jūs piekrītat, ka pastāv uzņēmumi, kur vadītājam vispār nav nepieciešams uztvert savus padotos darbiniekus kā komandu?

Es tikai uzdevu retoriskus jautājumus, lai rosinātu katru vadītāju aizdomāties par saviem mērķiem un to, kas viņam ir svarīgi, ko viņš sagaida no saviem darbiniekiem. Un, protams, ir svarīgi apzināties un zināt, ko darbinieki sagaida no sava uzņēmuma un vadītāja. Vadītājs jebkurā uzņēmumā ir atbildīgs ne tikai par savu personīgo sniegumu, bet arī par savu darbinieku panākumiem un uzņēmuma mērķu sasniegšanu.

Manuprāt, galvenais iemesls censties un rūpēties par savu komandu ir, lai viņu noturētu kopā. Ir svarīgi radīt piederības sajūtu, un, iespējams, ir labi, ka cilvēki jūtas kā daļa no komandas, jo mašīna ir mašīna, krava ir krava, uzdevums ir uzdevums un alga ir alga, neatkarīgi no uzņēmuma, kurā tu strādā. Daudzos uzņēmumos, kuros ir šīs mobilās komandas, tieši atalgojums ir ļoti nozīmīgs aspekts - ir ļoti viegli pārvilināt labākos darbiniekus no vienas vietas uz otru. Tad kāpēc lai šie cilvēki gribētu strādāt tieši pie manis? Ar ko mēs atšķiramies no saviem konkurentiem?

Automašīnu rezervācija - autoparka efektīva izmantošana “carshairing”

- Optimizē autoparku un samazina izmaksas
- Esošo automašīnu efektīvāka izmantošana
- Pilns pārskats par autoparka izmantošanu

ECOFLEET LATVIJA SIA latvija@ecofleet.com www.ecofleet.lv
RĪGA Skanstes iela 54, 2. stāvs, tel 67543131

Mobilo pārdošanas komandu vadība ar telemātikas palīdzību

Vít Lobpreis, pārdošanas sistēmu projektu līderis Scania CER

- Kā Scania izmanto tehnoloģijas, lai atbalstītu mobilās pārdevēju komandas?
- Kā pārdevējam tiek nodrošināts nepieciešamais informācijas apjoms?
- Kā šajā sistēmā tiek izmantoti telemātikas risinājumi?
- Kā sistēma ietekmē pārdevēju komandas produktivitāti?

Kad mēs sākām apspriest telemātikas ieviešanu savā pārdošanas komandā, sākotnējā reakcija bija iespaids, ka mēs vēlamies sekot visām pārdevēju aktivitātēm un atrašanās vietām. Protams, tas rada daudz problēmu, un šis koncepts kā tāds bija pretējs "Scania" principiem. Tāpēc mēs palūkojāmies uz šo tēmu no cita skatpunkta: kā padarīt pārdevēju dzīvi vieglāku.

Laikā no 2006. līdz 2013. gadam mūsu pārdošanas apjomi būtiski samazinājās sakarā ar krīzi, un viss tirgus piedzīvoja problēmas. Ja nenotiek tiešā pārdošana, ir jāaprobežojas ar tirgu, kur ienāk nauda – pakalpojumi un rezerves daļu tirdzniecība. Tāpēc 2012. gadā mūsu galvenie jautājumi bija: "Kā mēs varam atgūties? Kā uzlabot mūsu darbnīcu izmantošanu?" Ja smago automašīnu skaits samazinās no 2500 līdz 1500 – tas ir nozīmīgs kritums, kaut kas ir jādara!

Pirmā iespēja bija lūgt ražotnei atbalstu, ar mērķi atpirkt tirgu atpakaļ (kas nepavisam nebija raksturīgi "Scania" stratēģijai). Otrā un vēlamākā iespēja bija fokusēties uz efektīvu pārdošanas vadību. Tas nozīmē, ka mums jāpārdefinē sava mērķauditorija kopējā tirgū. Jāceļ klientu apmeklējumu biežums un jāceļ kvalitāte. Ar kvalitāti es domāju būt labi sagatavotiem pirms tikšanās. Pārdevējam jābūt zināšanām par klienta vajadzībām un izaicinājumiem, lai nodrošinātu viņam

labākos un piemērotākos risinājumus. Šī stratēģija ved pie telemātikas ieviešanas.

Tomēr, kad stāsti pārdevējam par mērķi kāpināt vizīšu skaitu un saglabāt vai celt kvalitāti, diez vai tu sastapsies ar stāvošām ovācijām. Viņi bieži norāda uz laika trūkumu, jo jau tagad strādā maksimālā slodzē.

Lai atbalstītu izvēlēto stratēģiju, mēs veicām arī darbu plūsmas analīzi. Mēs mēnesi strādājām ar vairāk kā 30 cilvēkiem no mūsu pārdošanas komandas. Mēs ik dienu savācām ziņojumus par aktivitātēm, kas veiktas dienas laikā – kāda veida aktivitātes viņi veic, kāda bija to vērtība, kur viņi strādāja, kādas sistēmas izmantoja un kāds bija viņu piedāvājumu saturs. Rezultātā mēs nolēmām, ka mums jāietaupa laiks uz zemas/vidējas pievienotās vērtības aktivitātēm un jāizmanto šis laiks augstas pievienotās vērtības aktivitātēm, jo īpaši klientu apmeklējumiem.

Papildus minētajam, ja paskatāmies no citas perspektīvas, mēs gribam, lai pārdevējs kontaktējas ar klientu biežāk un pavada vairāk laika "laukā". Ar to saistās zināmi izaicinājumi: pārdevējam jāspēj strādāt laukā – sagatavot piedāvājumus, lai kur viņš būtu. Turklāt, uzņēmumā "Scania" pārdevējs strādā ar daudzām sistēmām, tāpēc mūsu gadījumā svarīga bija arī jaunas sistēmas integrācija mūsu infrastruktūrā.

Ar šo analīzi parādījās jauni jautājumi. "Kā izvēlēties pareizos klientus? Kā pārdevējam nokļūt pie klienta? Kā efektīvi sagatavot pārdevēju gaidāmai tikšanās reizei?" Mēs centāmies izdomāt, kā dabūt datus no dažādām sistēmām un gudri tos izmantot. Ja tikšanās tiek atcelta, bet pārdevējs jau ir devies turp un tagad dodas uz citu tikšanos – kā nodrošināt, lai viņš būtu sagatavojies. Gatavojoties mēs paturējām prātā – mēs negribam, lai pārdevējs tiktu appludināts ar lieliem datu apjomiem. Mēs vēlamies, lai viņš strādā ar tā sauktajiem pārdošanas "trigeriem" jeb noteiktiem pavedieniem, kas var sekmēt darījuma noslēgšanu. Tas ir mūsu darbs atrast klientam iespējas.

Mēs arī gribējām, lai viņi ziņo par

Mēs palielinājām klientu apmeklējumu skaitu, kas ved pie labākas un lielākas tirgus daļas. Tas nebūtu iespējams bez telemātikas.

tikšanās gaitu uzreiz pēc vizītes. Pirms tam mēs bijām situācijā, kad pārdošanas komanda ceļoja no klienta pie klienta visu nedēļu, un nedēļas beigās viņi parasti sēdēja birojā, cenšoties atcerēties detaļas, ko ievadīt mūsu CRM sistēmā. Tas nav īpaši efektīvi. Tāpēc mēs gribējām, lai viņi aizpilda CRM sistēmu nekavējoties pēc tikšanās, kas nodrošina maksimāli augstas kvalitātes informāciju.

Mēs meklējām partneri, kas palīdzētu mums ar šiem izaicinājumiem. Mēs nejauši uzgājām "Oskando" risinājumu "SeeMe". Tolaik viņi nodrošināja 60-70% no tā, kas mums nepieciešams. Mums bija nepieciešami nelieli uzlabojumi. Mums bija svarīgi, lai pārdevējam būtu iespēja plānot tikšanās gudri ar "Oskando" risinājuma palīdzību.

SeeMe nodrošina klientu datubāzi, ļauj atjaunināt mūsu CRM sistēmu, kā arī nodrošina galveno informāciju no dažādām sistēmām. Interneta lietotne palīdz plānot apmeklējumus un automātiski sinhronizējas ar mobilo versiju. Nākamais solis pārdevējam ir sēsties automašīnā un skatīties plānā vai prasīt sistēmai aizvest viņu pie klienta. Pirms tikšanās pārdevējam ir pilnīgas zināšanas par klienta profilu, bet pēc tikšanās viņš var papildināt CRM ar galvenajām sarunas tēmām un akcentiem.

Var būt situācija, kad klients kāda iemesla dēļ vēlas atlikt tikšanos. Pirms "SeeMe" ieviešanas pārdevējam bija jāatgriežas birojā un jāmeklē cits klients. Tas noteikti nesaskan ar jauno "Scania" stratēģiju, tāpēc mēs izveidojām jaunu iespēju, kas kartē parāda citus tuvumā esošos klientus.

"SeeMe" nodrošina arī visus telemātikas pakalpojumus menedžeriem. Menedžeri var kombinēt dažāda veida informāciju, pārbaudīt maršrutu plānus un aktivitāšu skaitu, sekot līdzi automašīnu kustībai utt. Pašlaik mēs strādājam pie dažiem uzlabojumiem. Pirmais ir salīdzināt pārdevēja atrašanos darījuma noslēgšanas brīdī ar klienta biroja adresi. Tas var palīdzēt menedžmentam vieglāk un efektīvāk izsekot pārdevēju kustībai un pārliecināties par klientu informācijas pareizību datubāzē. Otrā lieta būtu aplikācija bezsaistei, kas ļoti palīdz pārdevējam, kad nav iespējas piekļūt internetam.

Izvērtējot rezultātus 2014. un 2015. gadā, mēs redzējām pārdošanas un tirgus daļas pieaugumu. Tam pamatā vienmēr ir vairāku faktoru kombinācija - mums ir palaists lielisks "Euro6" produkts, kas noteikti šeit spēlē svarīgu lomu. Mēs palielinājām klientu apmeklējumu skaitu, kas ved pie labākas un lielākas tirgus daļas. Tas nebūtu iespējams bez telemātikas.

Nākotnē mēs plānojam izmantot "SeeMe" pat vēl vairāk, un tas ir cieši saistīts arī ar vadības pusi. Tagad mēs ieviešam sistēmu tehniskajam personālam, kas vēršas pie klientiem, kuri ir piedzīvojoši kādas problēmas ceļā, izmantojot mūsu "Scania Assistance

Service". Tas palīdzēs tehniķiem efektīvāk palīdzēt problēmsituācijas un ļaus labāk pārraudzīt visas veiktās darbības ceļā, kā rezultātā klienti saņems labāku servisu.

Protams, jārunā par to, kā jauno sistēmu un praksi uzņēma pārdošanas komanda. Cilvēki vienmēr ir noraizējušies par pārdevēju reakciju un vēlmi lietot jauno sistēmu. Par laimi šodien visi Scania darbinieki pie tās ir jau pieraduši. Mūsu uzņēmumā pārdevējs ir neatkarīga vienība, kas pavada lielāko daļu sava laika ārpus biroja. "SeeMe" ir dažos aspektos palīdzējis mainīt spēles noteikumus par labu pārdevēju darbam. Pretestība apmācības laikā nebija tik liela kā gaidījām. Izsekošanas sistēma var tikt izslēgta atvaļinājumā vai brīvajā laikā, bet lielākā daļa pārdevēju par to nemaz neuztraucās. Viņi redzēja ieguvumus.

www.volkswagen.lv

Jauns spēks Jūsu biznesam.

Jaunais Caddy.
Jaunais Multivan.

Volkswagen

Caddy, 2,0 l TDI dzinējs, 75 kW, degvielas patēriņš (l/100 km): urban — 5,2, extra-urban — 3,9, kombinētajā ciklā — 4,4. CO_2 emisija (g/km) kombinētajā ciklā — 114. Energoefektivitātes klase: A.
Transporter T6, 2,0 l TDI dzinējs, 75 kW, degvielas patēriņš (l/100 km): urban — 6,5, extra-urban — 5,0, kombinētajā ciklā — 5,5. CO_2 emisija (g/km) kombinētajā ciklā — 145. Energoefektivitātes klase: A.

Nākotne – parastās vai elektriskās automašīnas?

Andris Dambis, autoinženieris un autosportists

Dakāras rallija un Pikes Peak sacensību vairākkārtējs dalībnieks. Uzņēmumu eO un OSC vadītājs. Uzņēmumi izgatavo augstas veiktspējas elektriskos automobiļus un to elektroniskās vadības iekārtas.

Andri, Jums ir liela pieredze braukšanā ar elektromobiļiem, Jūs esat piedalījies rallijos gan ar parastiem auto, gan ar elektromobiļiem. Kāda ir atšķirība?

Jā, pieredze ir pietiekami liela. Sākšu ar ne pārāk labo - ar elektromobili parastā rallijā piedalīties var, bet uzvarēt nevar. Izņēmums ir tādi sacensību veidi, kuros ir īsāka distance, kā, piemēram, Paikspīkas (autosporta sacensības "Pikes Peak International Hill Climb") gadījumā – kalnu braukšanas sacensībās, kur distance un pārējie apstākļi ļauj cerēt uz uzvaru arī ar elektrisko mašīnu. Bet šobrīd elektriskais auto ir piemērots tikai atsevišķiem sporta veidiem, jo nobraukums priekš sporta tomēr ir par īsu.

Kādas Jūs redzat atšķirības, plusus un mīnusus parastām un elektriskām mašīnām ikdienas dzīvē?

Sāksim ar plusiem, kuru pagaidām ir mazāk: elektriskā automašīna lietošanā ir krietni lētāka. Lai nobrauktu vienu un to pašu attālumu, ir 4-5 reizes mazāki izdevumi, jo elektrība ir daudz lētāka nekā dīzeļdegviela vai benzīns. Arī apkope ir lētāka, jo motorā nav kam nodilt. Elektriskais motors ir mūžīgs, tam nekas nenotiek – tā kā tur ir elektronika, patiesībā nav, kam sabojāties.

Savukārt, no negatīvās puses šobrīd ar elektrisko automašīnu var nobraukt ievērojami mazāku attālumu, nekā mēs esam pieraduši ikdienā. Tajā pašā laikā katrā ģimenē, uzņēmumā vai pašvaldībā,kur ir vairākas automašīnas, atradīsies situācija,

Laima
Latvenergo
Winston Battery
RASKALS
Skandi Motors

kad ikdienas nobraukums nav lielāks par 100 km, un šajā gadījumā šī mašīna ir ļoti labi piemērota. Mīnuss ir arī akumulatora dārdzība un smagums, jo inženieri pagaidām nevar ielikt automašīnā tik jaudīgu akumulatoru, lai nobrauktu tik daudz, cik gribētos.

Tādas automašīnas, kā piemēram, Volkswagen GTE ar apvienotu benzīna un elektrisko dzinēju šobrīd, manuprāt, ir tās perspektīvākās. Ar tām visai lielu attālumu var braukt tikai ar elektrību, bet var nobraukt arī 700 km, nemeklējot degvielas vai elektrības uzpildes stacijas.

gan ātro, gan parasto uzlādes iekārtu skaits.

Kādas ir Jūsu prognozes attiecībā uz elektrisko automašīnu lietošanu?

Šīs nebūs manas prognozes, jo es ļoti cieši sekoju līdzi pasaules prognozēm un tendencēm - ir zinātniski pamatotas prognozes un ražotāju plāni. Šobrīd līkne ir strauji augšupejoša, tiek ražotas ļoti daudzas elektriskās un hibrīddzinēju mašīnas. Līdz ar to šādu automašīnu būs daudz vairāk - negribu teikt, ka puse, bet varbūt arī. Līdzās tām nešaubīgi

Elektriskā automašīna lietošanā ir krietni lētāka. Lai nobrauktu vienu un to pašu attālumu, ir 4-5 reizes mazāki izdevumi.

Kā Jūs vērtējiet Latvijas situāciju elektromobiļu jomā?

Šobrīd Latvijā ir krietni labāks stāvoklis nekā dažus gadus atpakaļ. Jau divus gadus ir pieejams Eiropas finansējums un pašvaldības, kā arī privātie uzņēmumi nopirka daudzas elektriskās automašīnas, līdz ar to tika uzstādītas arī vairākas uzlādēšanas vietas. Šobrīd Latvijā ir valsts plāns, kā attīstīt elektrisko automašīnu lietošanu. To koordinē Ceļa satiksmes drošības direkcija, un jau tuvākajā laikā pēc šī plāna Latvijā tiks uzstādīts ļoti liels

paliks tās pašas mašīnas ar dīzeļa vai benzīnmotoriem, bet tās būs krietni ekonomiskākas. Prasības, kas tiek uzstādītas autoražotājiem visā pasaulē, ir ļoti stingras, un, lai šīs prasības izpildītu, mašīnām ir jābūt ļoti ekonomiskām.

Kā attīstīsies elektrisko mašīnu braukšanas iespējas?

Protams, e-mašīnas būs lētākas un varēs nobraukt tālāk, bet viss ir atkarīgs no akumulatoriem. Ja motori un elektronika šobrīd ir ļoti augstā līmenī - kvalitatīvi un

arī relatīvi lēti, tad akumulatori ir tie, kuru revolūciju visi gaida. Tā kā ar to nodarbojas ļoti daudzi ražošanas uzņēmumi: gan valsts, gan zinātniskās organizācijas, gan arī privātie, tad kaut kad šīs izmaiņas būs, un arī mašīnas noteikti paliks lētākas. Elektrību var saražot no dažādiem veidiem, bet degviela ies dārdzībā un mazumā.

Runājot par Jūsu sportisko pieredzi, kā elektriskais automobilis darbojas rallija apstākļos?

Kā jau es teicu, rallijam šī mašīna nav tik laba, lai dabūtu labu sportisko rezultātu, bet, lai pārbaudītu tehnoloģijas, šī mašīna ir izcila. Ja automašīna ir labi uzbūvēta, tad tā ir ļoti labi piemērota bezceļa rallijiem, jo patiesībā nav vajadzīga ātrumkārba un nav jādomā par pārslēgšanos. Mašīnai ir ļoti liels spēks, no paša sākuma ir liels griezes moments. Un tā sajuta braucot ir ļoti patīkama, ir klusums.

Un vēl svarīgi - šobrīd cilvēki patiešām domā, ka pasargāt apkārtējo vidi no piesārņošanas.

Interesanti, ka, braucot ar elektrisko mašīnu, mūsu domāšana mainās: pēkšņi mēs redzam, cik tērējam šajā brīdī kilovatus, un sekojam līdzi, cik tālu vēl varam nobraukt. Ja tu atrodies elektriskā mašīnā, pēkšņi no visām pusēm saņem atgādinājumus, ka ir jābrauc ekonomiski. Bet tas tikpat labi attiecas uz parastu mašīnu ar iekšdedzes dzinēju – kā būtu jādomā, lai varētu ietaupīt.

Ja cilvēks ir izlēmis pirkt elektrisko mašīnu vai hibrīdauto, ir ļoti svarīgs domāšanas veids. Viņš samaksāja par to dārgāk, bet ar savu jauno domāšanu viņš ir veicis soli uz priekšu. Un šo domāšanas veidu var pārņemt arī tie, kas brauc ar parasto auto. Cilvēkam paveras iespēja ietaupīt 20-30% izmaksu tikai no sava braukšanas stila, un tieši elektriskā mašīna ir tā, kas pamudina savu domāšanu ļoti ātri mainīt.

Swedbank

Ātri un elastīgi Swedbank līzinga risinājumi

- Vienam auto vai veselam autoparkam
- Ieteiksim jums piemērotāko līzinga risinājumu – operatīvo, finanšu, komerctransporta vai pilna servisa auto līzingu
- Parūpēsimies par auto apdrošināšanu
- Izvēloties pilna servisa auto līzingu, visas rūpes par autoparku atstājiet mums

Kā sasniegt mobilo komandu maksimālo potenciālu?

Jānis Rapa, transporta nodaļas vadītājs, Lattelecom

Jūs strādājat Lattelecom jau gandrīz 10 gadus, kas par šo laiku ir mainījies autoparkā, tā pārvaldīšanā?

Ne tikai tehnoloģijas strauji attīstās un mainās, bet tām līdzi arī mūsu ikdiena. Mainās pats bizness, mainās arī transporta izmantošanas īpatnības, un šo 10 gadu laikā ir arī būtiski samazinājies darba pienākumu veikšanai nepieciešamo automašīnu skaits.

Vai ir tādas darbinieku grupas, kam ir paredzētas mašīnas?

Es neteiktu, ka tās ir darbinieku grupas. Tie ir darbības virzieni, kuros strādājot, nepieciešama automašīna. Ir tādi auto, kurus izmanto vairāki darbinieki - protams, katrai mašīnai ir piesaistīts viens galvenais atbildīgais, taču lietotāju skaits atsevišķos gadījumos var būt pat pāri 10. Mašīna tiek piesaistīta struktūrvienībai.

Būtiski uzsvērt, ka visi Lattelecom darbinieki, kas uzņēmuma automašīnu lieto darba un personiskajām vajadzībām, par to no savas algas maksā nomas maksu, kompensē degvielas izmaksas un nomaksā piemērojamos nodokļus.

Vai jūs kontrolējat procesu, kā un cik ir izmantotas mašīnas?

Automašīnas lietošanas nepieciešamību mēs nenosakām, to nosaka pats bizness. Darbinieki iesniedz atskaites, lai nošķirtu darba braucienus un braucienus privātām vajadzībām. Mašīnas pārsvarā aprīkotas ar GPS sistēmu. Pārsvarā darbinieki izmanto automašīnas, lai brauktu pie klientiem, uz pakalpojumu ierīkošanām utt.

Tehniskie darbinieki birojā atrodas reti, viņi atbrauc saņemt uzdevumus, materiālus, kas nepieciešami, un dodas tālāk pie klientiem. Nereti šie darbinieki saņem uzdevumus arī attālināti informācijas sistēmās.

Jūs minējāt uzraudzību caur GPS sistēmu. Kā vēl notiek kontrole?

Ar GPS un automātiskās sistēmās sistēmas palīdzību tiek doti darba uzdevumi. Šīs sistēmas ir savietotas a ar maršruta lapu, līdz ar to katram darba braucienam ir pamatojums - darba uzdevums, brauciens pie klienta utt.

Vai darbinieki paši var izvēlēties brauciena maršrutu, secību kā viņi strādā, vai ir sistēma, kas optimizē viņu maršrutus?

Maršruts tiek optimizēts atbilstoši klientu vajadzībām. Darba uzdevumus, ievērojot klientu vēlmes, sastāda paši darbinieki atbilstoši klientu apkalpošanas laika plānam attiecīgajā dienā.

Runājot par to, ko darbinieki sagaida no autoparka - vai kaut kas ir mainījies pa šiem gadiem?

Esam pārgājuši uz mazākām, ekonomiskākām automašīnām. Ir mainījušās tehnoloģijas - mums vairs nav jāvadā līdz instrumenti vai iekārtas, un tas, kas ir jāvadā līdzi, ir palicis mazāks. Līdz ar to ir ievērojami samazinājies mikroautobusu parks. Esam izveidojuši mazu un ekonomisku autoparku.

Jebkurš transporta iepirkums pie mums notiek iepirkuma procedūru rezultātā, vērtējot biznesa vajadzības un auto specifiku, kā arī cenu.

Vai darbiniekiem ir tiesības izvēlēties, piemēram, mašīnas krāsu?

Atlase notiek centralizēti transporta nodaļā. Atlases galvenie kritēriji ir funkcionalitāte un tai atbilstoša cena.

Pirmais un galvenais, lai ar mašīnu var paveikt darba pienākumus. Tālāk tiek salīdzināti cipari - kādas ir kopējās izmaksas uz šo automašīnu.

Pirmais un galvenais, lai ar mašīnu var paveikt darba pienākumus. Tālāk tiek salīdzināti cipari - kādas ir kopējās izmaksas uz šo automašīnu.

Vai ir kādi jaunumi, jaunas tendences vai stratēģijas autoparka vadībā?

Mēs jau pietiekami ilgus gadus strādājam ar uzņēmumu, kas sniedz ārpakalpojumus. Iekšienē veicam tikai kontroles funkcijas.

Kādas ir lielākās problēmas autoparka uzturēšanā, ar ko jūs saskaraties?

Manuprāt, šobrīd situācija tirgū ir vairāk vai mazāk sakārtojusies. Sadarbības partneri un tie, kas ir pārdzīvojuši visas krīzes, ir atkal stabilizējušies. Nopietnas problēmas parka uzturēšanā es šobrīd nenovēroju. Nav nekas nepārvarams, ir ikdienas darbi. Tirgus pamatprincipi transporta nodrošinājumā nemainās. Ar GPS apsekojumiem mēs strādājam jau 8 gadus. Tas viennozīmīgi ir labs instruments. Galvenais - ir izmaksu kontrole.

Vai parka lielums šobrīd ir stabilizējies?

Parka lielums jau aptuveni gadu ir stabilizējies.

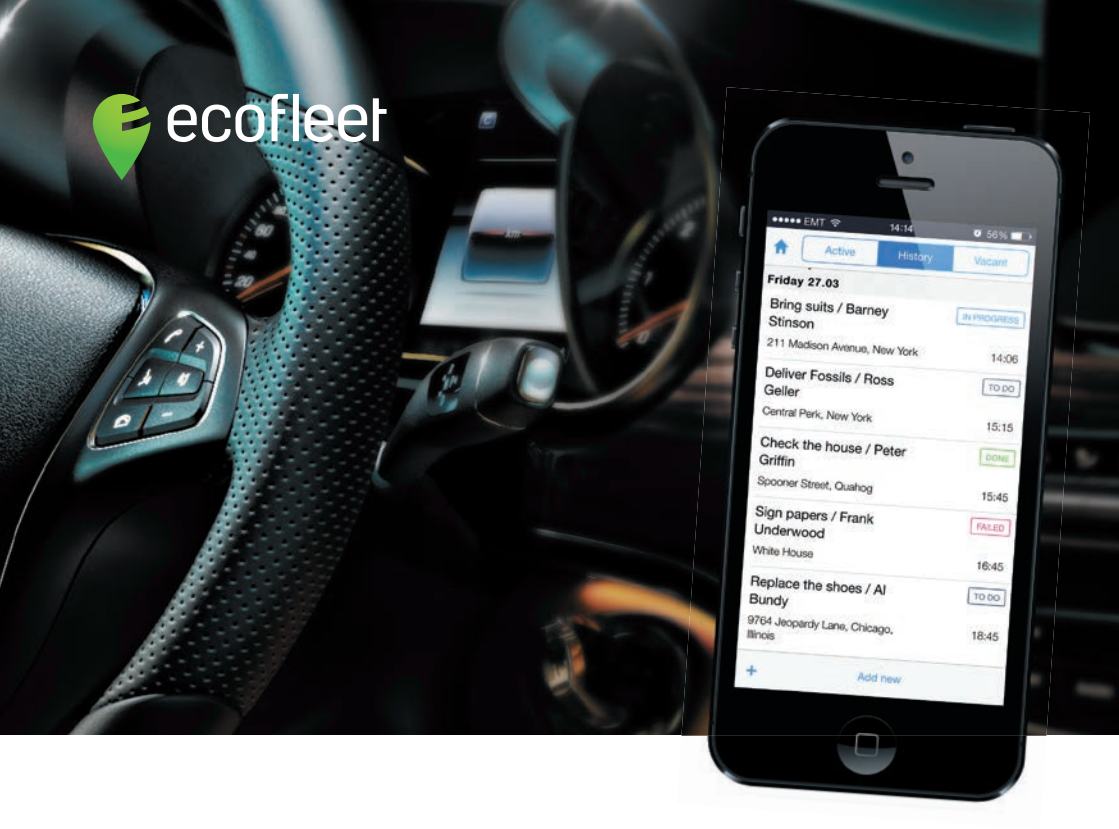
Vai ar ārpakalpojumiem ir kaut kādas grūtības, problēmas?

Nav nekas tāds, kas liktu pārdomāt, ka ir jāatgriežas pie iekšējām uzturēšanas struktūrām. Mēs viens otru saprotam un regulāri pārrunājam sadarbību.

Ja vēlamies kaut ko uzlabot, tad sēžamies pie galda un runājam, kā tas tiks nodrošināts un par kādiem resursiem. Informācijas apmaiņa ir pietiekami laba, uzņēmuma pieredze ārpakalpojumu izmantošanā ir jau pāri 10 gadiem.

Vai nākotnē varētu kas stratēģiski mainīties?

Ņemot vērā vispārējās tendences, mēs noteikti turpināsim skatīties uz automašīnu atlases ekonomiskajiem parametriem un kritērijiem. Mašīnas funkcionalitāte ir pirmajā vietā, nedomāju, ka mēs to pārskatīsim vai mainīsim. Ar to arī turpināsim strādāt, jo pat nelielas ciparu nobīdes kopā veidotu lielas summas. Kā arī turpināsim izmantot ārpakalpojumus - uzņēmuma pamatbizness ir telekomunikācijas, nevis transports.



Uzdevumu vadība

Ideāls instruments darba plūsmas komunikācijai starp biroju un darbiniekiem: sūti uzdevumus no datora uz darbinieku viedtālruņiem un saņem atgriezenisko saiti par uzdevumu statusu.

Darbojas uz iOS vai Android platformas uz datora, planšetdatora vai viedtālruņa.

ECOFLEET LATVIJA SIA latvija@ecofleet.com www.ecofleet.lv
RĪGA Skanstes iela 54, 2. stāvs, tel 67543131

Kā sasniegt mobilo komandu maksimālo potenciālu?

Tomass Rēders, pārstāvju komandas vadītājs, Sandoz Pharmaceuticals

Cik liels ir Jūsu uzņēmuma autoparks?

Pārstāvjiem un biroja darbiniekiem kopā ir aptuveni 15-17 mašīnas, bet mans darbs ir saistīts tikai ar cilvēkiem, tehnisko pusi nodrošina tehniskais vadītājs. Mums ir sadarbība ar uzņēmumu, kura pakalpojumus mēs izmantojam. Tas atbild par servisu, automašīnu nomaiņu, tehnisko pusi.

Jūs strādājat ar mobilajām komandām?

Jā, manā pakļautībā ir 10 darbinieki. Tie ir pārstāvji dažādos Latvijas reģionos, kas nestrādā birojā, bet visu laiku pārvietojas ar automašīnām: no viena ārsta pie otra un no aptiekas uz aptieku. Uzņēmuma politika ļauj izmantot auto arī personīgajām vajadzībām.

Vai pārstāvjiem ir iespēja ietekmēt mašīnas izvēli?

Pārstāvjiem nav iespējas izvēlēties mašīnu, to nosaka uzņēmuma politika. Es uzskatu, ka šī politika ir veiksmīga. Tiek piedāvātas pilnīgi jaunas, kvalitatīvas mašīnas, kuras atbilst visiem starptautiskajiem noteikumiem, jo mēs esam starptautiska kompānija. Salīdzinot ar citām kompānijām, mums nav ierobežojumu ne uz degvielu, ne uz automašīnas izmantošanu brīvajā laikā.

Kādi kritēriji ir svarīgi, izvēloties pārstāvju mašīnas?

Dažiem pārstāvjiem ir diezgan liela darbības teritorija, tāpēc ļoti svarīga ir automašīnas kvalitāte, ērtums. Ir ļoti svarīgi tas, kā cilvēks jūtas pēc darba dienas, kas pārsvarā ir pavadīta mašīnā. Protams, arī cenai ir liela nozīme. Autoparka nomaiņa notiek reizi trijos gados.

Jūs organizējat 10 pārstāvju darbu. Kā jūs to darāt?

Mums ir trīs pārstāvju grupas, un katrai ir savs maršruts/reģions. Ir pārstāvji, kas

brauc pa aptiekām un veic cikliskas vizītes. Ir pārstāvji, kas strādā ar ārstiem. Viņi paši sastāda savu vizīšu plānu atbilstoši saņemtajam uzdevumam. Daži dzīvo savā reģionā un tajā arī darbojas. Ja cilvēks regulāri iesniedz visas nepieciešamās atskaites, kvalitatīvus pārskatus, zvana un interesējas par darbu, mums nav iemesla neticēt viņam.

Pārstāvim ir jājūt nepārtraukts kontakts ar biroju, lai viņš nejustos savā darbā viens, lai viņam būtu kolēģa pleca sajūta. No vadības puses vienmēr ir jābūt sajūtai, ka tevi novērtēs, apbalvos par labi padarītu darbu, bet no otras puses -ja tu nesasniegsi rezultātu, kuru no tevis gaida, tas var ietekmēt tavu atalgojumu. Pārstāvi ir viegli vadīt, ja viņš jūt pievienoto vērtību. Vadītājam ir jābūt ne tikai tam cilvēkam, kas uzliek plāna uzdevumu, bet arī pats izprot, ko ir uzdevis un palīdz ar tā izpildi. Diemžēl, šad tad par vadītāju kļūst pa tiešo, neizejot visus posmus no apakšas, līdz ar to šāds vadītājs nekad nesapratīs pārstāvi, viņa problēmas, viņa dzīves ritmu. Nesapratīs ko nozīmē uzturēt labas attiecības ar noliktavas krāvēju, apsardzes darbinieku, apkopēju utt.

Vai pārstāvjiem ir plāns vai noteikts rezultāts, kurš jāsasniedz?

Jā, viņiem ir uzstādīts uzdevums gan pārdošanas rezultāta ziņā, gan arī vizīšu skaita ziņā.

Jums ir atskaišu lapas vai mašīnas ir aprīkotas ar GPS sistēmām? Kā jūs sekojat līdzi notiekošajam?

Šajā kompānijā ar GPS mēs pagaidām neesam saskārušies, jo mūsu uzņēmums uzticas darbiniekiem. Pārstāvjiem ir plāns, pie kura viņi pieturas. Protams, ja darbinieks ir pieķerts, no manas puses seko sankcijas. Bet kopumā pagaidām nejūtam nepieciešamību ievest GPS vai citu sekošanas sistēmu.

Vai jums notiek regulāras iknedēļas sapulces? Vai jūs sanākat kopā, lai apspriestu stratēģijas utt?

Iknedēļas sapulces nav. Mēs rīkojam telekonferences, izmantojam tehnoloģijas

Pārstāvi ir viegli vadīt, ja viņš jūt pievienoto vērtību. Vadītājam ir jābūt ne tikai tam cilvēkam, kas uzliek plāna uzdevumu, bet arī pats izprot, ko ir uzdevis un palīdz ar tā izpildi.

un WhatsApp programmā izveidojām darba grupu, kur visi apmainās ar informāciju, apspriež aktuālās tēmas. Kopā sanākam, kad ir kādi jauni produkti vai jāprezentē kompānijas jaunumi.

Vai ir kādas grūtības mobilā personāla vadībā? Jūs netiekaties ikdienā, droši vien ir grūtāk saprast, kā cilvēks jūtas, vai ir mainījusies viņa attieksme pret darbu.

Tas ir atkarīgs no katra cilvēka, tomēr viņam par to maksā naudu. Gribētos, lai cilvēks ir pašdisciplinēts un pašmotivēts, un darbu darītu pēc sirdsapziņas. Tas lielākajā mērā atkarīgs no tā, ko cilvēks grib dzīvē un darbā sasniegt. Tā kā es pats iepriekš strādāju kā pārstāvis, es ļoti labi zinu šo darbu, darba īpatnības, līdz ar to varu vairāk saprast, vai cilvēks strādā godīgi un vai tiešām dara visu iespējamo.

Jums ir tuva pašmotivācijas teorija? Jūs izvēlaties cilvēkus, kas ir gatavi strādāt patstāvīgi ?

Jā. Protams, iesniedzot cilvēkam darba plānu viss tiek paskaidrots. Ja darbinieks neizprot darba uzdevumu, tad nebūs arī nekāds rezultāts.

Vai jūs braucat kopā ar saviem pārstāvjiem?

Jā, tas ir tiešais darba pienākums doties darba vizītēs ar pārstāvjiem, tā saucamajās dubultvizītēs. Gan ar ārsta pārstāvjiem, gan tikšanās ar farmaceitiem aptiekās, semināros, kad padziļināti stāstam par savu produktu. Es pieskaņojos saviem pārstāvjiem, jo viņiem ir savs maršruts un pašiem jāsaprot, pie kā un kad braukt, kādi ārsti ir labāki, pie kādiem aizbraukt vairākas reizes utt.

Ir liels prieks dzirdēt, ka ir uzņēmumi, kas uzticas darbiniekiem!

Jā, mēs uzticamies saviem darbiniekiem, taču šī uzticēšanās nav akla un darbinieki visu laiku ir jāuztur "tonusā". Pie rokas pagaidām neviens nav pieķerts, bet aizdomas ir bijušas, ka darbinieks darba laika bez saskaņošanas nav atradies tur, kur viņš ir noradījis. Tāpēc šad un tad veicu negaidītās vizītes. Iepriekšējā vakarā apskatos pārstāvja maršrutu un negaidīti ierodos uz dubultvizīti, piemēram, Daugavpilī. Nākošreiz šim pārstāvim pat neradīsies doma nebūt savā teritorijā darba laikā.

Kādas pārmaiņas darba mobilitātē mūs sagaida tuvākajā nākotnē?

Niranjan Thiyagarajan, vadošais konsultants, Frost & Sullivan

- Kādas tendences veicina mobilitāti, un kā tas ietekmēs mobilās komandas?
- Kā mainīsies tehnoloģijas, transports un mūsu darba stils?
- Kā šie sasniegumi ietekmēs autoparku vadību?
- Kā tas varētu palīdzēt nelielu valstu uzņēmumiem?

Terminam "mobilitāte" ir dažādi skaidrojumi. Ko Frost & Sullivan uzskata par mobilitāti?

Uzņēmumam Frost & Sullivan mobilitāte ir daļa no lielākas ekosistēmas, kas nav saistīta tikai ar autoparku. Līdz ar augošajiem pilsētu centieniem samazināt transporta blīvumu ielās un uzlabot gaisa kvalitāti, pilsētu apkaimēs sastopam arvien lielākus ierobežojumus. Tāpēc braucienam no punkta A uz punku B nepieciešami vairāki maršrutu un transporta veidi (automašīnas, vilcieni, velosipēdi utt.).

Raugoties uz mobilitāti un darba dzīvi kopumā, kādas tendences šodien ietekmē mobilitāti?

Viena no galvenajām mobilitātes tendencēm ir tehnoloģiju pieplūdums. Tehnoloģijas ir radījušas iespējas precīzākai analītikai, ļaujot autoparka vadītājam pieņemt labākus lēmumus. Šī iemesla dēļ uzņēmumi ir sākuši attiekties pret darbinieku transporta nepieciešamībām citādi. Tagad mēs runājam par "kopējām mobilitātes izmaksām". Vadītājam tā vairs nav dilemma, izvēloties kompānijas automašīnas – tie ir lēmumi, kā samazināt pārbraucienu izmaksas un laiku.

Šo iemeslu dēļ uzņēmumi ir ieviesuši jaunas mobilitātes tendences. Viens no piemēriem ir automašīnu kopīga izmantošana, kas ir relatīvi jauna parādība korporatīvajā vidē. Tiek veikti nopietni aprēķini un vērtējumi, vai nav lētāk dalīties ar automašīnu kompānijas ietvaros vai pat

ULLIVAN

ar plašāku sabiedrību - tā vietā, lai uzturētu automašīnas no uzņēmuma budžeta.

Pārmaiņas bieži sākas no cilvēku vajadzībām. Kā mobilais darbaspēks (pārdošanas komanda, piegādes komanda, uzturēšana) ietekmē industriju? Kas ir mainījies viņu darbā jūsu minēto tendenču iespaidā?

Es pieminēju pārmaiņas, kas saistās ar "kopējām mobilitātes izmaksām". Ir svarīgi saprast, kā to var sasniegt. Viens no galvenajiem aspektiem ir augstāka sistēmas caurredzamība un zināšanas par piegādes laiki. Tas, savukārt, uzliek papildu spiedienu uz piegādes komandu, jo pat mazākās kļūdas ir ātri un viegli redzamas. Klientu gaidas šodien ir kļuvušas daudz augstākas. No uzturēšanas pakalpojumu viedokļa – attaisnojumi vairs nestrādā, dīkstāves laikam ir jābūt tuvu nullei. Prognozēšana ļauj agri noteikt potenciālas kļūdas, bet diagnostika ļauj atrisināt problēmas ātri un efektīvi.

Apkopojot teikto, manuprāt, gaidas attiecībā uz uzņēmumu sniegumu ir pieaugušas vairākas reizes. Uzņēmumiem

Līdz ar auto dalīšanās pieaugumu, auto ražotāji sagaida auto pārdošanas apjomu kritumu. Īpašumtiesības kļūst mazāk nozīmīgas, un to vietā stāsies "lietojumtiesības".

to, kuras jomas iespējams uzlabot. Citādi uzņēmumi nespēj izveidot mobilitātes stratēģiju, kas atbilst to galvenajiem biznesa mērķiem - neatkarīgi no tā, vai tā ir izmaksu samazināšana vai klientu apkalpošanas uzlabošana.

Šī augošā sistēmu caurspīdība rada gan pozitīvu, gan negatīvu ietekmi. Kādu iespaidu tā rada uz jūsu pārdošanas vai piegādes komandu? Pārdošanas komanda iegūst, piedāvājot labāku servisa līmeni. Piegādes var tikt izsekotas īpašās platformās, kur redzami precīzi ir jāspēj gūt vairāk ienākumu no investētajiem resursiem, vairāk kilometru uz litru degvielas, vairāk darba vienā maiņā, precīzi ierašanās laiki utt. Ir daudz iespēju, bet, lai gūtu labumu no šiem risinājumiem, nepieciešams pareizais aprīkojums, zināšanas par informācijas izmantošanu vērtības radīšanai un, galvenais, gatavība mainīt darba kultūru.

Tehnoloģijas pārņem dažādas mūsu dzīves jomas. Ņemot vērā pašreizējo mobilitātes attīstību līdzās augošajām

ekspektācijām, kādas tendences mums gaidīt no jaunākajām tehnoloģijām (tai skaitā attiecībā uz automašīnām)?

Visas iepriekš aprakstītās pārmaiņas nosaka dati. Šie lielie dati ir, iespējams, viens no pēdējos gados visbiežāk dzirdētajiem vārdiem. Laika gaitā tie turpinās attīstīties un to vērtība arvien pieaugs.

Lielie dati piedāvā dažādus biznesa modeļus. Vairums uzņēmumu fokusējas uz izmaksu samazināšanu, nevis ienākumu radīšanu. Tas ir jautājums par datu pielietojumu. Ir svarīgi ieviest piemērotākās tehnoloģijas, lai lielos datus pārvērstu izmaksu ietaupījumos un ienākumu plūsmā.

Šodien reālā laika dati ir nepieciešamība. Reālā laika dati ļauj uzņēmumiem uzraudzīt savu sniegumu un darbaspēkam būt efektīvākam. Datu glabāšana ilgākā laika posmā ir tikpat svarīga kā datu izmantošana reālā laikā. Iespēja analizēt jūsu uzņēmuma sniegumu noteiktā laika periodā ir vērtīgs instruments.

Tehnoloģijas spēlē svarīgu lomu šo datu iegūšanā un pārveidošanā par noderīgu informāciju. Piemēram, mākoņskaitļošanas tehnoloģijas nozīmē mazāk ieguldījumu jūsu pašu aprīkojumā un daudz ātrāku piekļuvi datiem globālā mērogā.

Arī auto kā aprīkojuma daļa attīstās. Šodien korporatīvā līzinga tirgus ir ļoti spēcīgs, veidojot aptuveni pusi no kopējā automašīnu pārdošanas apjoma. Bet kā biznesa modeļi mainīsies 10-15 gadu laikā? Pieaugot tendencei dalīties ar auto (car sharing), automašīnu ražotāji patiesībā sagaida auto pārdošanas apjomu krišanos. Īpašumtiesības vairs nebūs tik svarīgas, un tās aizstās "lietojumtiesības".

Uber ir viena no lielākajām taksometra kompānijām pasaulē un tai nav nekādu pamatlīdzekļu. Viņiem nepieder nekāds aprīkojums un labi, ja daži biroji. Tāpat arī Alibaba – arī viens no lielākajiem tirgotājiem pasaulē, bet bez pamatlīdzekļiem. Šie ir piemēri, kuros uzņēmumi attīstījušies virtuālā vidē ar minimālu aprīkojumu. Uzņēmumiem attiecībā uz investīcijām aprīkojumā ir jādomā savādāk, jāveic mazāk ieguldījumu fiziskos līdzekļos, lai iegūtu lielāku elastību fiksētajās izmaksās.

Kā tas ietekmē autoparka vadības virzienu?

Autoparka vadītāja loma ir būtiski mainījusies. Šodien no autoparka vadītājiem sagaida spēcīgas zināšanas IT jomā. Viņu loma ir autoparka vadības un IT apvienojums. Lai labi paveiktu savu darbu, viņiem jāspēj ieguldīt pareizajā IT aprīkojumā. Augstākai vadībai ir jāvērtē viņu ieguldījumi, lai saglabātu savu konkurētspēju.

Kā minēju, auto ražotāji arī pamana automašīnu pārdošanas apjomu kritumu. Iespējams, ka ražotāji paši kļūs par autoparka vadītājiem. Protams, mēs skatāmies visai tālā nākotnē (vismaz 15-

20 gadu), bet mums tas jāpatur prātā. Tas saistīts ar tehnoloģijām, kas strauji attīstās – kā, piemēram, autonomās automašīnas.

Lielās tendences, šķiet, rodas lielajās pilsētās un tirgos. Vai šīs tendences attiecas arī uz mazākām ekonomikām, kā, piemēram, uz Baltijas valstīm?

Mazākām pilsētām, pilsētām ar mazāku iedzīvotāju skaitu – tā ir liela iespēja. Tajās ir daudz vieglāk parādīt, kā vajadzētu izskatīties nākotnes viedajai pilsētai. Ja mēs ņemam par piemēru Londonu, tajā ir pārāk daudz vēsturiski mantoto sistēmu, kas darbojas pilsētā: vecā metro sistēma, satiksmes vadība, izveidotie ceļu maršruti. Tur ir gandrīz par daudz sistēmu, lai viegli sāktu ieviest gudrās tehnoloģijas.

Mazām pilsētām patiesībā ir iespēja atrast labākos veidus, kā izmēģināt gudrās tehnoloģijas. Piemēram, Birmingema Lielbritānijā ir viena no nedaudzām pilsētām, kas ļauj testēt autonomās automašīnas. Tallinai, Rīgai un Viļņai arī noteikti ir iespēja to darīt. Tām tikai jāpozicionē sevi kā viedākās, zaļākās pilsētas pasaulē.

F&S pastāvīgi kontaktējas ar klientiem, kas stājas pretī mobilitātes izaicinājumiem un jau sper lielus soļus tehnoloģiju attīstībā. Vai jūs varētu pastāstīt par kādu pozitīvo piemēru?

Auto un iekārtu ražotāji ir patiešām uzņēmušies vadošo lomu mobilitātes inovācijās. Tie nopietni investē savos mobilitātes risinājumos. BMW ieviesa savu i3 ar dažādiem mobilitātes komplektiem (ChargeNow, DriveNow, ParkNow utt.). Viņu sadarbība ar biznesa mobilitātes risinājumu uzņēmumu Alphabet ļauj viegli iekļūt auto dalīšanāsjomā. BMW ir izvēlējušies ļoti inovatīvu pieeju ar skatu nākotnē, viņi pakāpeniski izaug no tradicionālas auto ražošanas un pārdošanas.

Ražotāji meklē iespējas radīt jaunus biznesa modeļus, lai aizsargātu savu pamata tirgu. Viņi redz draudus, kas nāk no Silikona ielejas tipa kompānijām. Mēs nākotnē redzēsim jaunus zīmolus, jaunus mobilitātes ekosistēmu veidus, kas vairs neliek uzmanības centrā pašu auto. BMW sistēmā ir viena karte, kas ļauj piekļūt uzpildes punktiem, auto nomai, auto dalīšanās pakalpojumiem utt. Tā kļūst par pirmo izvēli mobilitātes ziņā, jo to var lietot dažādos transporta veidos. Te atgriežamies pie manas pirmās atziņas: uzņēmumi meklē iespējas samazināt kopējās mobilitātes izmaksas un izmantot vienu piegādātāju, kas ļauj celt sistēmas caurspīdību.

Partneri

Katram uzņēmuma spertam solim ir nozīme. Tas pats attiecas arī uz autoparku pārvaldību un mobilitāti. Volkswagen jums, kā svarīgam klientam, piedāvā plašu risinājumu klāstu un dažādus modeļus ar individuāli personalizētiem produktiem, pakalpojumiem un īpašu identitāti. Volkswagen saviem klientiem piedāvā izcilu apkalpošanas tīklu – pilna pakalpojumu klāsta dīlerus, kā arī individuālus partnerus. Mēs saviem klientiem Baltijas valstīs ar lepnumu piedāvājam VIENA risinājuma metodi visās trīs valstīs – Igaunijā, Latvijā un Lietuvā, tai skaitā jaunu automobiļu tirdzniecību, tehniskās apkopes risinājumus, oriģinālās rezerves daļas jūsu automobiļiem, kā arī aksesuārus. Plašais produktu klāsts un klientu apkalpošanas tīkls ļauj apmierināt visas jūsu autoparka vēlmes, lai arī cik neparastas tās būtu! Plašais Volkswagen produktu klāsts nodrošinās jūsu autoparka mobilitāti ceļā uz panākumiem.

Ecofleet ir viens no vadošajiem telemātikas lietojumprogrammu sniedzējiem Skandināvijā, Baltijas valstīs un Austrumeiropā, nodrošinot pakalpojumus vairāk nekā 20 valstīs un vairāk nekā 60 000 transportlīdzekļiem. Mūsu galvenās prioritātes ir atvieglot transportlīdzekļu kustību un darbplūsmu, lai palīdzētu klientiem samazināt izmaksas un palielināt ienākumus. Mēs piedāvājam plašu standarta risinājumu klāstu, kā arī pielāgotus risinājumus individuālām vajadzībām. Mūsu priekšrocības ir profesionalitāte un orientēšanās uz biznesa partneriem un piegādātājiem.

Swedbank ir lielākā Latvijas banka ar nopietnu pieredzi uzņēmumu finansēšanā. Lai vai kādas būtu jūsu uzņēmuma vajadzības – vienas automašīnas noma vai iegāde, vesela autoparka finansēšana vai pilns jūsu autoparka serviss, - mēs atradīsim piemērotāko līzinga risinājumu, parūpēsimies par apdrošināšanu, kā arī apkalposim jūs un jūsu autoparku visaugstākajā līmenī.