**Skuteczny plan strategiczny firmy z branży logistycznej – czyli jaki?**

**W Polsce w maju zarejestrowano 2,9 tys. ciężarówek o dmc powyżej 3,5 tony. To trzy razy więcej w porównaniu z poprzednim rokiem. Niemniej globalna konkurencja wymusza na przedsiębiorstwach branży logistycznej nieustające poszukiwanie nowych źródeł przewagi konkurencyjnej. Firmy z mniejszym lub większym sukcesem podejmują działania mające na celu skrócenie czasu dostawy lub poprawy jakości usług i ich terminowości. Dobrze przemyślany i skutecznie wdrożony plan strategiczny firmy jest podstawą gwarantującą, że środki zaangażowane w poszczególne działania były mądrą inwestycją.**

Aby przygotować i wdrożyć skuteczny plan strategiczny dla firmy z branży logistycznej musimy postawić na konkretne rozwiązania. Wykorzystujące nowoczesną technologię, nieograniczone możliwości internetu oraz potrzebę budowania długofalowych relacji między firmą a klientem. Pozostaje pytanie, jak to zrobić?

**Specyfika planu strategicznego firmy z branży logistycznej**

Zarządzanie firmą logistyczną musi sprostać wymaganiom klientów na coraz bardziej konkurencyjnym rynku zarówno lokalnym – krajowym, jak i wspólnotowym. - *Konsumenci przyzwyczaili się do otrzymywania zamówionych produktów następnego lub nawet tego samego dnia. Badania pokazują, że nawet 84% kupujących nie wróci do marki, która nie spełnia ich oczekiwań odnośnie dostawy.* - podkreśla Sebastian Kopiej z agencji Commplace. Rosnące wymagania klientów w zakresie szybkości i terminowości dostaw wymagają sprawnego systemu, którego warunkiem koniecznym jest m.in. szybki i zsynchronizowany z przepływem towarów i dokumentów przepływ informacji. Kiedyś mankamentem w podejmowaniu właściwych decyzji była niewystarczająca ilość danych lub spóźniona informacja, tak obecnie mamy do czynienia z nadmiarem danych i nawarstwianiem się informacji, powodując tzw. szum informacyjny zakłócający proces decyzyjny. Plan strategiczny firmy z branży logistycznej powinien zatem uwzględniać możliwości automatyzacji i informatyzacji wielu procesów.

**Plan strategiczny firmy z branży logistycznej krok po kroku**

Podejmowanie właściwych decyzji we właściwym czasie ma kluczowe znaczenie w zakresie realizacji celów taktycznych i strategicznych każdej organizacji. Plan strategiczny firmy z branży logistycznej powinien zakładać wdrożenie właściwych działań wspierających:

* procesy informacyjno-decyzyjne,
* utrzymanie zapasów i fizyczny przepływ dóbr,
* infrastrukturę umożliwiającą właściwy przebieg procesów logistycznych,
* budowę marki i jej komunikacji z otoczeniem.

**Plan strategiczny firmy z branży logistycznej – najciekawsze rozwiązania**

Plan strategiczny firmy z branży logistycznej powinien zostać opracowany w oparciu nie tylko o mocne i słabe strony przedsiębiorstwa, ale także o szanse i zagrożenia płynące ze strony rynku.

Zdobycie przewagi konkurencyjnej na rynku logistycznym nie jest proste, a wyznacznikiem konkurencyjności staje się coraz częściej kapitał intelektualny. Dzięki niemu możliwe jest gromadzenie wiedzy przez człowieka, a jest to jeden z głównych procesów w rozwijającej się organizacji. Kompetencje, umiejętności, współpraca i w końcu nowoczesne technologie komunikacji i informatyczne powinny być elementem każdego skutecznego planu strategicznego firmy z branży logistycznej.

Innym ważnym czynnikiem wpływającym na konkurencyjność przedsiębiorstwa są innowacje. Polegają one na wdrożeniu nowego, udoskonalonego produktu, usługi, procesu, bądź metody marketingowej lub organizacyjnej w codziennym funkcjonowaniu i organizacji firmy lub relacjach z jej otoczeniem. - *W zakresie PR i marketingu w zasadzie niezbędne dla uzyskania przewagi konkurencyjnej jest dziś wdrożenie marketing conversion czy działań z zakresu seo/adsy*. - wymienia ekspert z Commplace. Innowacyjność w zakresie łańcucha dostaw może zostać osiągnięta poprzez uruchomienie działań w trzech następujących obszarach: nowe formy współpracy z dostawcami, nowe technologie oraz nowa wiedza i umiejętności.

**Co czeka branżę?**

Wyzwaniem globalnym jest stworzenia nowoczesnej i spójnej sieci infrastruktury transportowej. Duże znaczenie ma także poprawa sposobu organizacji i zarządzania systemem transportowym, a także poprawa bezpieczeństwa użytkowników ruchu oraz przewożonych towarów. Firmy z branży TSL dążą także do ograniczania negatywnego wpływu transportu na środowisko oraz zbudowania racjonalnego modelu finansowania inwestycji infrastrukturalnych. Jedną z metod redukcji kosztów transportu związanego z fizycznym przepływem dóbr rzeczowych jest zastosowanie tzw. eco-drivingu i zen-drivingu, które ograniczają ilość spalanego paliwa. Decyzją o charakterze strategicznym jest także dobór odpowiednich pojazdów (model, klasa, mocne strony) tworzących flotę, części zamiennych oraz ich właściwa obsługa i eksploatowanie. Coraz wyraźniej w działaniu firm z branży logistycznej widać elementy ekomarketingu. - *Jego celem jest przede wszystkim przekonanie konsumentów, że firma ma pozytywny stosunek do ochrony środowiska. To może być część strategii PR. Kampania powinna być przygotowana z punktu widzenia klienta, a więc najlepiej, by planowane działania dawały im realną korzyść*. – zaznacza Sebastian Kopiej. Przykładowo, zmniejszenie ilości plastiku podczas pakowania paczek sprawia, że odbiorca nie ma poczucia, iż z powodu swoich zakupów generuje dodatkowe ilości śmieci.