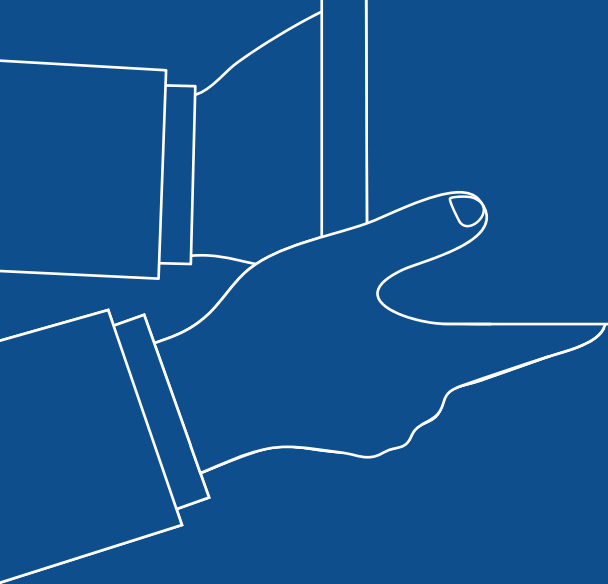


Имате пратка

Моделът на **ЕКОНТ**



Съдържание

4	Една добра бизнес история
50	Общността Еконт
92	Правила и философия на бизнеса
96	Ценностите
101	От нула до 140 млн. лева
108	Еконт през годините
114	Пътят на пратката

“

Всяко твое
действие
трябва да ти
носи в бъдеще
повече
свобода.

Николай Събев, основател на Еконт

Една добра бизнес история

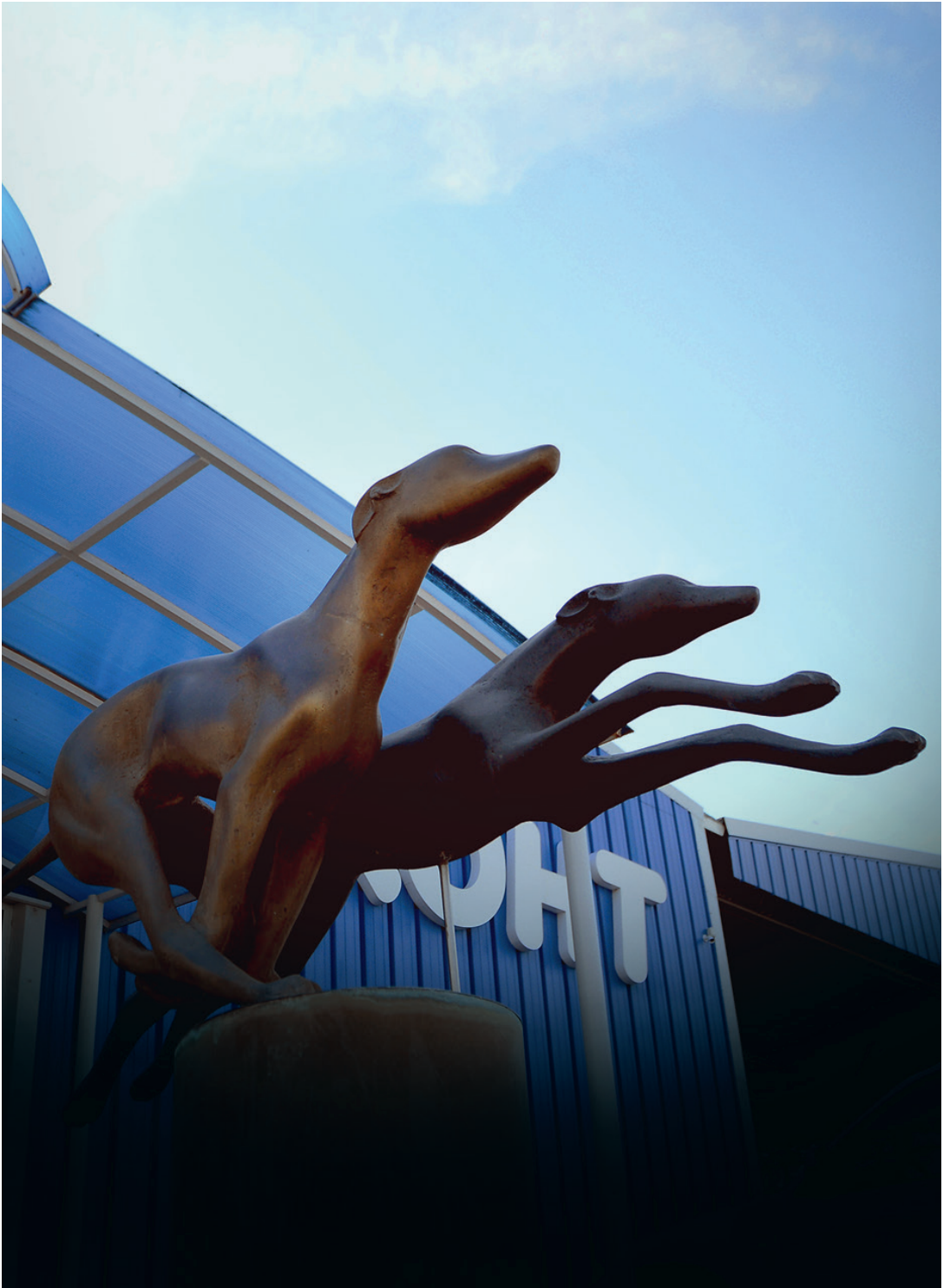
Годината е 1993. McDonald's стартира веригата си за кафе McCafe. Във Великобритания се появяват T-Mobile UK и Orange UK, които ще развият телекомуникационния пазар на Острова. Катарската държава създава националния превозвач Qatar Airways, а руснаците – "Роснефт". В Холандия се ражда марката за авангарден дизайн Viktor & Rolf.

Година по-късно ще се появи Amazon. Лари Пейдж и Сергей Брин още не са започнали изследователския си проект към Станфордския университет, от който ще се роди Google.

В България е създаден първият мобилен оператор "Мобиком", цената на килограм бял хляб е 7,50 лева, а 1 долар се продава срещу 28-30 лева.

13 юли 1993 г. – в Русе е горещ летен ден с относителна влажност на въздуха, по-висока от средната за месеца. В този вторник трима млади мъже от Русе, Карлово и Варна слагат подписите си под договора за създаване на спедиторската компания Еконт Транс.

Четвърт век по-късно Еконт е номер едно сред частните фирми за пощенски услуги в България с оборот от 140 млн. лв. за 2017 г. и доставени пратки 25 милиона. Заг тези числа стои една добра бизнес история, която си заслужава да бъде разказана.



Георги Петров живее на втория етаж в кооперация в софийския квартал "Изток". Той трябва да изпрати документи за подпис и вика куриер на домашния си адрес. Пратката е за третия етаж. Петров уверява, че няма грешка. Двайсетина стъпала по-късно куриерът предава плика на Владимир Симеонов. Той го приема, но има пратка с други документи, която трябва да бъде доставена до... втория етаж. За Петров. Съседите са скарани и си общуват чрез куриер. След няколко размени на пратки, последният куриер успява да ги събере на площадката между етажите и те започват да си говорят отново...

Тази история е съвсем истинска, само имената на героите са променени.

Едва ли, когато преди 25 години Николай Събев е сред създателите на Еконт той си е представял, че един ден услугите, които фирмата предлага, ще излизат толкова извън стандартното описание и ще имат и неизчислима добавена стойност.

Да сдобриш съсед, да монтираш телевизора, който доставяш на гядото, да си поговориш с тези хора на село, за които идването на куриера е събитие, да чакаш на опашка в общината, за да внесеш документите за конкурс и да вземеш входящ номер, да прекараш Коледа на пътя в прехвърляне на пратки, да поливаш цветето, докато получателите му дойдат да си го вземат, да спасиш сватба, като доставиш забравената булчинска рокля...

За тези услуги няма описание извън правилото в Еконт, че трябва да бъде направено всичко възможно за клиента.

Затова сред 25-те милиона пратки за 2017 г. се доставят пчели, корени за диви къпини, импланти и протези, интериорни врати, техника, непотребни вече дрехи или стоки за дома, които обаче са важни за друг, стикери за колекции, които децата събират, тава с баница от баба и дори един лъв сандал, забравен на плажа...

И успехите на Еконт не се измерват само в ръстове, обороти, дялове, иновации, а и с отпечатъка върху живота и бизнеса на милиони българи. Без преувеличение.

Как започва всичко

България, началото на 90-те години. Комунистическият режим е рухнал след 45-годишно контролиране на всяка сфера, включително и икономическата. За хората с предприемачески дух, силно потискан дотогава, изведнъж всичко изглежда възможно. Голяма част от частния бизнес се създава около бившите държавни предприятия, но не са малко и тези, които развиват собствени ниши, нови продукти и услуги. По това време се раждат и много от фирмите, които днес са се превърнали в стабилни компании, част от тях остават семейни, в други влизат чужди инвеститори.

И въпреки че години по-късно тези истории звучат повече като легенди, много от успешните бизнеси наистина започват с минимален капитал – личните спестявания на собствениците им. Понякога към това се добавят заеми от приятели и роднини, а след това и банкови кредити. Офисът е в хола, магазинът – в гаража...

Николай Събев също е от хората, които вярват, че умът и уменията са по-важни от големия начален капитал.

В последните десет години преди 1989 той работи в държавното предприятие "Параходство Българско речно плаване" (БРП). Възпитаник е на Висшето военноморско училище със специалност "Експлоатация и управление на флота и пристанището". В БРП първо се занимава с подготовката на кадри, пътува като помощник-капитан и е съветник на директора по международните въпроси. По-късно става търговски директор. След разпадането на Съвета за икономическа взаимопомощ (СИВ) работата намалява, предприятието вече не получава гарантираните по държавните споразумения клиенти и обеми, тоест трябва да опита да заработи на пазарен принцип. Николай Събев поема тази отговорност и създава екип, с който започва нови операции, проекти и логистични схеми. И БРП става конкурентна компания.

Честата смяна на директорите обаче, които са политически назначения и се влияят от всяко следващо правителство, е причината много от

идеите на Николай Събев да останат нереализирани. За него всеки нов началник е ново изчакване и спиране на процеса на работа, загуба на конкурентни пазарни ситуации и предимства.

Затова той решава да потърси повече свобода и да насочи силите и ума си в нещо друго. Вижда добри възможности за създаването на частна спедиторска фирма. Но тръгва към новото си начинание без големи предварителни планове. Не взима със себе си никого от екипа в БРП, защото не е убеден, че ще може да им осигури работа.

Така се ражда Еконт Транс – предшественик на създадената по-късно куриерска компания Еконт Експрес. Към този момент Николай Събев изобщо не е мислил за развитието в тази посока.

Дружеството Еконт Транс продължава да съществува с тази разлика, че Николай Събев е единственият останал собственик от тогавашния състав. Днес той контролира 95% дял във всяка от двете компании, а миноритарен собственик е съдружникът му Юрий Алкалай. През 90-те години Алкалай е директор на "Максом" ООД, която има силни триъгълни операции в Русия и Украйна и е клиент на спедиторската Еконт Транс. За да гарантира работата с фирмата, Николай Събев предлага на собствениците ѝ 10% съдружие в бизнеса. Малко по-късно той изкупува обратно дяловете си, като кани само Алкалай да остане с него. Партньорът му отговаря за част от международните операции на компанията и управлява няколко офиса на Еконт.

През лятото на 1993 г. спестяванията на Николай Събев са 500 лева. С тях покрива разходите за пътувания и бизнес срещи. Първият офис е в квартира в Русе. Първата сделка е бърза и добра – със софийска фирма, за която превозва възлища и метали. Условието е клиентът да плати на десетия ден след представяне на товарителницата. С паракорството Николай Събев се договаря да плаща на 40-ия ден. Това е и един от първите принципи:

Предлага на търговците по-добри цени, но разчита плащанията от тях да са бързи. Така фирмата си осигурява кредитиране от 30 дни, а идеята е винаги да има натоварени шлепове, за да може да ползва този кредит.

Това гарантира и добра ликвидност на компанията.

Основните клиенти на новата фирма в началото са български фирми, които оперират на рискови пазари като руския и украинския.

“България по време на прехода успя да запази едно предимство. Имаше супер добре обучени външнотърговски специалисти и всъщност това, което сме правили по времето на Тодор Живков – да купуваме евтини стоки от Русия и да ги продаваме навън по-скъпо, или т.нар. триъгълни операции, беше запазена марка. Всички търговски компании продължаваха да правят същото и след промените”, раказва Николай Събев.

Две години след основаването на Еконт Транс тя започва да навлиза на чартърните пазари на морския флот. А през 1996 г. към екипа се присъединява един летец – Павел Пенчев, който също е ключова фигура в развитието на компанията. Днес той е прокурист на Еконт Експрес.

Пенчев също идва от транспортния сектор. Завършил е специалност “Летец-пилот” в Авиофакултета в Долна Митрополия, но така и не започва работа в гражданската авиация, защото в началото на 90-те години авиокомпания “Балкан”, която е поела ангажимент да обучава кадрите на големи пътнически самолети, съкращава програмата си заради липса на ресурси. Така Пенчев продължава да учи “Икономика и управление на транспорта” в УНСС, а след завършването си започва работа в градския транспорт в Русе. Назначен е като икономист, после става главен икономист, а на третата година – икономически директор. Тогава държавното предприятие преминава през период на големи турбуленции. В първите месеци от работата на Пенчев цената на билета е 6 ст., а когато напуска, вече е 500 лв.

“През 1996 г. бях икономически директор на едно предприятие с огромни активи, 500 автобуса и 2000 души персонал и получавах работна заплата от 3 долара. В Еконт започнах на стажантска позиция и месечната ми заплата беше равна на годишната в градския транспорт”, спомня си началото той.

Разликите не свършват само с размера на възнаграждението. В държавното предприятие дори листовце хартия се дават под бройка, а този,

който ще ги използва, трябва да отбележи в тетрадка за какво ще са му нужни. Има един-единствен компютър, на който се работи, след като си запишеш час. Еконт Транс е компания с почти нулеви активи, но на бюрото на всеки служител има компютър Apple, а топчето хартия сега в средата на стаята и всеки може да вземе колкото му трябва. Работното време не е точно определено, всеки е там, докато свърши работата си, и не се налага да се входира молба за всяко отсъствие от офиса. Екипът е около 10 души, а духът – “силно фамилен”.

Когато започва работа в Еконт, Пенчев вижда, че мисленето в компанията е насочено към търсене на алтернативни логистични решения и създаване на нови модели. По това време фирмата прави интересна сделка. Трябва да се превозят Hunter Douglas тавани от България към Киргизстан. Заради отдалечеността камионите не искат да пътуват готам. Има контейнерна линия през Черно море и връзка с железопътен транспорт, но никой не иска да си дава контейнера. Тогава Пенчев се досеща, че може да купи стар контейнер, който да остави направо в крайната дестинация. Това се оказва добър модел и се превръща в практика. Година след постъпването си Пенчев създава свой отдел “Контейнерни транспортни” и е само на 28 години, когато става изпълнителен директор на Еконт Транс.

Междувременно компанията успява да привлече като партньор свързаната с Юрий Алкалай “Максом трейдинг”. Николай Събев вижда пристанищна справка, че тази фирма превозва около 50 хил. тона кнѳпели (стомадени заготовки) месечно. Подготвя оферта, с която предлага комплексна обработка, която ще струва по един долар на тон по-малко. От “Максом трейдинг” пресмятат, че това са 50 хил. долара месечно спестени, и избират да работят с Еконт. След като подписва договора с тях, Николай Събев отива на пристанището, където поема отговорността да осигурява редовно големи обеми с договорена отстъпка от 1.5 долара на тон.

Важните “активи”

Дисциплината. Още в най-ранния период тя е ключова за начина на работата в Еконт Транс.

Това е време на трансформация и хората се учат да правят бизнес в движение. Други прибягват към не толкова лоялни практики. Много от фирмите прилагат така наречената украинска схема – създават се проблеми, после се решават, но се искат още пари от клиента. Това е евтиният начин да се правят пари, но пък е крайно неетично към клиента.

Всички сделки в Еконт трябва да работят като по часовник. Няма спираня и забавяния въпреки проблемите. Не може да се обаждаш на клиентите с нерешим казус.

На Николай Събев и през ум не му е минавало да им представя логистична задача като проблем, защото винаги е смятал, че това как ще се справи е негов ангажимент – този принцип се пренася в работата на всички, които работят за Еконт.

Може би това обяснява защо много от първите клиенти работят с Еконт и сега. Като "Солвей Согу" например – от 1995 г. българската химическа компания, която е европейски лидер в производството на синтетична калцирана сода, ползва техните услуги.

Предизвикателствата да правиш бизнес през 90-те години са много различни от днешните. Въпреки че през 1995 г. данните на НСИ отчитат 259 000 регистрирани частни фирми, опитът им все още е малък, няма правилни рецепти и подходи, нито достатъчно мениджърски опит, икономическата среда е нестабилна, а етиката в бизнес отношенията – разтегливо понятие.

Николай Събев като останалите трупа знания в движение, но е категоричен, че можеш да си гъвкав с всичко освен с ценностите и принципите си: "Принципите не са нещо, което учиш. Те са нещо, с което си израснал и те определя като човек. Ако си решил да държиш на думата си, да решаваш нещата самостоятелно с твоята отговорност, ти си такъв навсякъде. Базовите ценности никога не трябва да се променят и с тях не може да се прави компромис. Човек живее за името си, което остава след него. И е много важно да оставиш някаква следа от това, което правиш". Целта на Еконт Транс в тези първи години е да създаде логистичен модел, който да печели от само себе си. Модел, който може да се оприличи

⬇ Николай Събев разрязва тортата на четвъртия рожден ден на Еконт Транс. В този период бизнесът е подложен на натиск от различни групировки и от държавата.



на играта на шах – печелиш с ума си, а не крадеш фигурите на някого. Компанията успява да намери правилния подход, създава алтернативни решения на задачи в логистиката, а някои от нейните практики започват да се ползват в целия сектор.

Такъв пример е историята за транспортирането на консерви към Русия. Стоковият обмен между двете държави тогава се обслужва основно през ферибота Варна – Иличовск. Причината са различията в междуосовото разстояние на вагоните в Русия и България. В България руски вагони с по-добно по-широко междуосие могат да влязат само през ферибота. Един кораб може да превози определен брой вагони, а стокооборотът непрекъснато расте. Това води до засилено търсене на транспорт по тази линия, а само няколко компании работят по нея и започват да шантажират и рекетират търговците. Клиентите започват да плащат на тези фирми по 100 долара отгоре на вагон само и само да могат да експортират продукцията си по вече сключени договори с руски получатели. Така се стига до ситуация, в която българските компании наддават, за да могат да спечелят вагони на ферибота.

Еконт Транс не иска да стане част от схемата и търси алтернативни решения. Човек от екипа се досеща за използван в миналото вариант, който минава през молдовската гара Унгени. Там може да бъде извършена смяна на талигите (коелата) на вагоните на руски стандарт. От компанията отиват на проучване и установяват, че няма никакъв проблем да се работи по този начин. Предлагат да прекарват по 300 вагона месечно, но искат добра отстъпка в замяна. Хората в Молдова нямат почти никаква работа и посрещат предложението с голямо желание. Еконт започва да транспортира стоките по този алтернативен маршрут. Забавянето е само два дни, но новото логистично решение отваря нов коридор и през него започват да минават 50% от обемите. И всички търговци са доволни.

Средата на 90-те години в България е и време, в което бизнесът е подложен на натиск от различни групировки. Корупцията в бюрократичната машина също е голяма. Всеки работещ бизнес е на прицел да бъде превзет под една или друга форма. Както много други български компании, и Еконт Транс е изправена пред трудностите на средата.

Стратегията ѝ обаче е да се работи само с клиенти, които имат добра репутация.

“Имах едно старо правило, което исках всички колеги да знаят – най-добрият начин да спечелиш от мафията е никога да не правиш бизнес с нея. Ние много се пазехме, макар да имахме доста предложения да влезем в негодатам добри практики”, казва Николай Събев.

Опитите фирмата да бъде завзета не спират. Атаките са големи, защото компанията работи на интересни пазари, опитна е в логистичните операции и това ѝ носи добра доходност. Освен това контролът върху подобен бизнес ще осигури контрол върху важни транспортни коридори. В един момент на вратата се нареждат руската, украинската и българската мафия. И Икономическа полиция.

Тези събития са ключови за развитието на Еконт и компанията държи на много строга бизнес дисциплина. Тъй като по правило мафията се опитва да хване някого на място, където е наистина слаб или е сбъркал – рекетъорите идват, ако някой не е платил на някого или е измамил някого с нещо. Опитите за превземане карат мениджмънта на Еконт да следи много прецизно за изпълнението на договорите и да не дават повод да бъдат притискани като глъжник.

Николай Събев измисля и друго решение. За да избегне сблъсъци с дребните местни бандити, с първите спечелени пари той купува на лизинг автомобил Pontiac и му поставя софийски номера. Така в Русе смятат, че е човек от мафията, и не го закачат.

Удари по бизнеса има и от структури и служители на администрацията. Еконт е проверявана на всички възможни нива, на място пристигат микробуси, които правят данъчни, финансови или трудови инспекции. И от това фирмата извлича поука, която е в услуга на бизнеса до днес. А именно, че освен в договорите си с клиентите трябва да спазва същата дисциплина и прецизност и в отношенията си с държавата.

“Проумях, че за да можеш да успееш, когато другите искат да не успееш, е изключително важно да си максимално честен във всички сделки, които

правиш, и да уважаваш държавата“, казва Николай Събев.

По това време в Русия и Украйна бизнесът също е подложен на рекет. Корупцията се вихри на пътищата и по граничните пунктове. Често влаковете, макар и с изрядни документи, са спирани, докато не бъде даден подкуп. Политиката на Еконт Транс обаче е да не плаща, защото по думите на Николай Събев, платиш ли веднъж, вече си слабата страна. Нещата се обръщат със сядане, говорене, а понякога и дълги спорове, докато се стигне до споразумение. Въпросът е в това да се използват аргументи, които убеждават другата страна, че когато ти създава проблеми, губи от това.

Принципът на Николай Събев е да се използва умът, а не парите.

Раждането на куриерската Еконт Експрес

1998 е ключова година в историята на Еконт Транс. Две взаимосвързани събития предизвикват силно сътресение. Николай Събев и Павел Пенчев обаче приемат кризата не като заплаха, а като възможност.

През лятото на 1998 г. настъпва руската финансова криза. Обявено е спиране на плащанията по държавния дълг и девалвация на валутата. Наложено е мораториум на плащанията извън страната и Еконт Транс не може да получи сумите по вече сключени договори за две години. Това се случва внезапно и компанията не е подготвена да понесе удара. Как се действа, когато на малка спедиторска фирма с ниска норма на печалба изведнъж ѝ казват, че не могат да ѝ платят половин милион долара, от които тя дължи 498 хил. долара на превозвачи? Нещо трябва да се промени изначално.

Ситуацията се влошава допълнително, когато в този труден момент напускат трима от топ мениджърите на компанията. Николай Събев и Павел Пенчев остават с двама асистенти. Поуката, която извличат от тези събития, е, че да се прави бизнес, зависим от политиката на Русия, е схема като в минно поле без перспективи за развитие. Еконт Транс все

нак успява да събере парите си за две години и да се разплати с всички, като запазва клиентите си.

Николай Събев избира да решава тези проблеми лично – лице в лице, без отговорността да се прехвърля на други хора или непредвидени обстоятелства. Това е част от философията за бизнеса на Еконт и до днес.

Тогава той събира малка сума пари и заминава, за да се срещне лично с всички, към които е задължиял. Не използва телефоните, за да се обяснява колко е трудна ситуацията с Руската национална банка, и не се крие. Сред хората, на които трябва да плати, са и представители на молдовската мафия. "Казах им: Аз съм тук, защото ви дължа 195 хил. долара, и идвам на крака. Ще ви платя независимо от всичко, но ми трябва време. Дайте ми шест месеца и не спирайте моите вагони." И тези хора, видни представители на мафията, толкова се зарадваха, че вечерта, като седнахме на вечеря, единият от тях каза на приятелката си: "Виж го нашия Коля – сутринта исках да го гръмна, сега искам да го прегърна!", разказва Николай Събев.

Кризата и преодоляването на щетите от нея карат Пенчев и Николай Събев да мислят за създаването на по-устойчив модел на логистика, работещ на българския пазар.

Решението за старта на куриерска дейност е подпомогнато и от обстоятелството, че някои от търговците си плащат не с пари, а с автомобили. И Еконт се озовава с два микробуса и един пикап.

Без претенции за прилики с някои истории от Силициевата долина, куриерският бизнес започва от един малък гараж. През 2000 г. това е първият логистичен център на Еконт.

Идеята на Пенчев и Николай Събев е да предложат куриерска услуга, която да се различава от стандартната на пазара и да даде възможност на хората да получават пратки от и до офис на куриера, а не само от и до адрес. Това трябва да направи услугата по-достъпна за тези, които не могат да си позволят по-високите разходи за изпращане и получаване от адрес.

За да е успешна според тях, новата куриерска фирма Еконт Експрес трябва да бъде в София. Пенчев заминава и наема апартамент на бул. "Черни връх" в квартал "Лозенец". Апартаментът има отделени хол, кухня, спалня и баня. Холът става офис, кухнята – приемна, а Павел спи в съседната част. Сутрин отива на работа много лесно, защото е на една врата разстояние. Гаражът на апартамента става логистичен център, а първият куриер, който разнася пратките, е... Павел Пенчев.

Сутрин Пенчев излиза на работа с костюм, вратовръзка и куфар, за да провежда търговски срещи, на които убеждава клиенти да се доверят на непознатата към момента куриерска фирма. Те често го посрещат с думите "нищо не купуваме", защото тогава е бумът на куфарните търговци. На обед влиза в друго амплуа – приема заявки и изпълнява по 10-15 поръчки дневно, облечен с тениска и шапка с козирка. На визитната му картичка пише "изпълнителен директор", но това няма никакво значение.

В един от тези дни домоуправителят на сградата среща Пенчев, облечен тогава в костюм, и прави забележка, че куриерът на фирмата се държи невъзпитано, говори грубо и блъска вратата. "Този човек въобще не направи връзка между мен и куриера и такива неща наговори, че сякаш правеше донос. Ако не бях аз куриерът, щях много да се впечатля какви груби думи съм използвал", спомня си той. Но приема забележката и след три дни същият човек му благодари за страхотния ефект от намесата.

Преди да се впуснат в новото начинание, Николай Събеv и Павел Пенчев имат натрупан опит като логистици. Николай Събеv има знания и за куриерския бизнес, защото е разработвал модела на Intime (UPS) и DHL за района на Русе. Между двамата има не само добро разбирателство, но и съвпадение на възгледите и общи ценности. И Николай Събеv, и Пенчев са обучавани с команден профил във военни училища. Те имат сходно светоусещане и определен начин на мислене към поемането на отговорност и вземането на решения. "Управлението също се основава на ценностна система. Имали сме спорове и различни позиции по оперативни въпроси, но не сме имали конфликти. За ценностната система и възгледите ни за правилно и неправилно никога не сме били на различни позиции и не е имало разминаване. Силата да управляваме заедно с всички в Еконт е в това, че имаме близки ценности и независимо от обстоятелствата, пътя или

⬇ Павел Пенчев пред гаража, в който се е намирал първият "логистичен център" на Еконт. Той не се е охранявал от СОТ, за да не се привлече внимание. Нямаło дори професионален кантар за измерване на пратките. Павел разбирал теглото им, като по̀звал кантар за човешко тегло. Първо измервал само себе си, а после се качвал, държейќи пратката.



подхода при вземането на едно решение резултатът би бил един и същ“, казва Пенчев.

В началото на XXI век пазарът на куриерски услуги в България е все още малък. Най-голям дял от колетите до 20 kg продължават да се изпращат през държавната “Български пощи”. В страната има други над 25 регистрирани пощенски оператора, като половината от тях са куриери. Клиентите са основно бизнес, а индивидуалните потребители са под 10%.

На пазара няма сериозни признаци за предстоящия подем на куриерските услуги. Компаниите извън София се стремят да са лидери на местно ниво, като за пълно покритие сключват договори с други оператори. В големите градове има постоянно преразпределение на дялове между основните играчи, сред които са местните дружества на чуждестранните компании DHL и TNT Express и държавната “Български пощи”. При всички тях международните пратки правят основния обем от приходите.

Затова създаването на силна българска куриерска фирма, която обслужва вътрешния пазар, може да се разглежда като голям възможност.

Еконт успява да се развие като такава, защото, докато международните компании се фокусират върху големия бизнес и чуждестранните клиенти, тя насочва усилията си към обслужването на индивидуалните клиенти на вътрешния пазар.

По това време логистичният бизнес финансира куриерския. Еконт Транс продължава да работи и поддържа обеми, а разликата във времето на плащане вече се използва като безлихвен кредит за развитието на куриерската Еконт Експрес. Около 2000 г. Николай Събев започва да усеща и промяна в бизнес средата. Групировките бавно изчезват от масата на преговорите, държавата осъзнава ролята си на помощник на почтения бизнес.

В първите месеци куриерската компания развива дейност само в София и Русе, но бързо след това се появяват офисите в Плевен, Пловдив, Бургас и Варна. За да имат повече тежест, Николай Събев моли състудент от

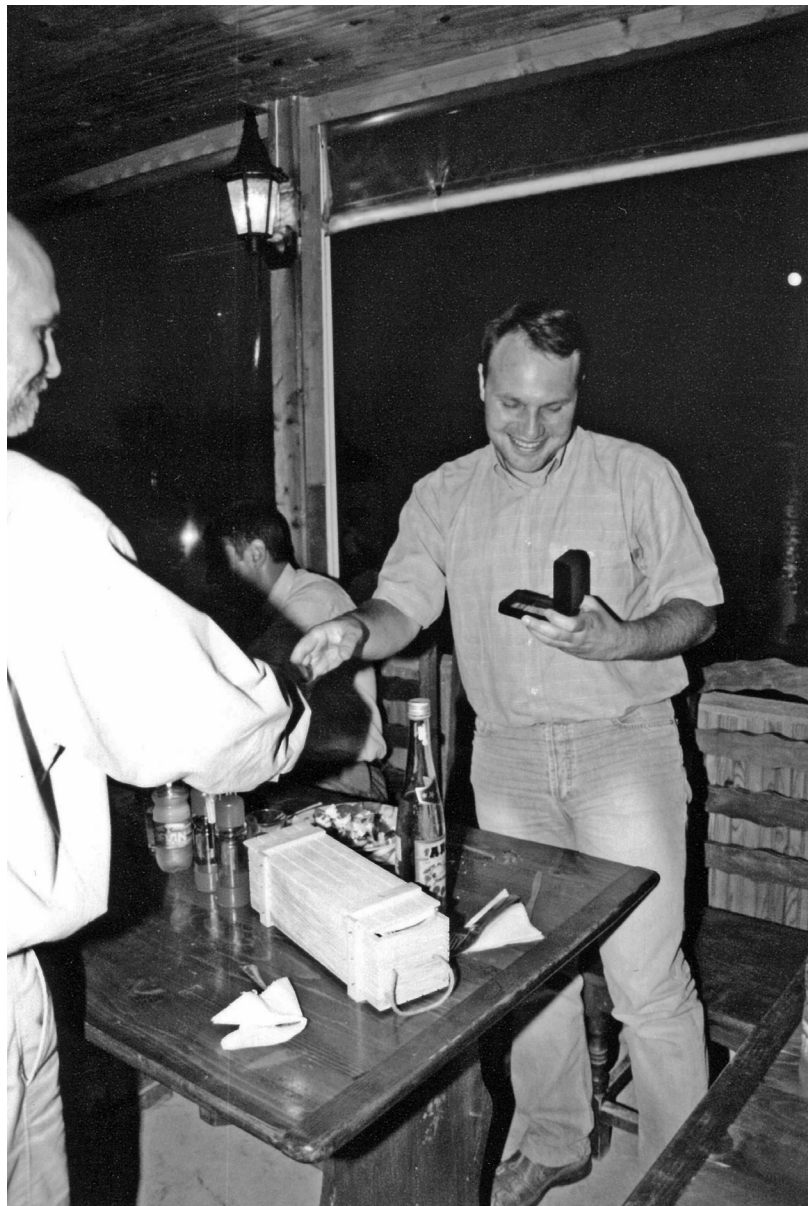
Бургас и приятели от Плевен и Пловдив да помогнат и когато фирмата изпраща нещо в тези градове, те да го занесат на адреса. За услугата не получават заплащане. Пенчев събира по 10 - 15 пратки за деня и следобед ги носи на автогарата, където ги разпределя по автобусите за съответните градове. Приятелите посрещат пратките и ги разнасят на адресите. Само след месец обаче пакетите стават толкова много, че този импровизиран вариант вече не работи. Започва наемането на помещения и отварянето на офиси. Първоначално те не работят с клиенти, а са основно офиси и складове, от които куриерите идват да получат пратките за разнасяне.

Скокът на бизнеса на Еконт е видим още в първите години. През 2002 г. са разнесени 1500 пратки, а година по-късно вече стават 79 хил. Ръстът се дължи на нововъведения на пазара, в които Еконт е пионер – като наложения платеж и специалните тарифи. Пенчев пък успява да привлече първия голям бизнес клиент – Most Computers. Това е компания, която продава компютри от София в цялата страна. Централата ѝ също е в апартамент, но при нея холът е офис, а спалнята – склад. Сега Most Computers е вносител на HP за България.

Услугата "Наложен платеж" по това време няма аналог на пазара. За бизнеса съществува ограничението, че за да бъде изпратена една стока, тя трябва да е платена в брой или по банков път предварително. Еконт става гарант по това плащане, като поема целия финансов риск. До това решение се стига, след като никой изпращач не иска да си даде стоката срещу обещанието, че куриерът ще събере парите от получателя и ще ги върне. Неговерието в този момент между фирмите е голямо. Двамата мениджъри събират всичко, което имат, и започват сами да плащат стоките в момента на изпращането им. Така те поемат големия риск, без да знаят дали не са им дали празна кутия и ще си вземат ли парите от получателя.

Компанията все пак излиза победител от тази игра на доверие. От една страна, всички разбират, че тя може да изпълни обещаното, а от друга, целият процес на сделките от разстояние се облекчава. Търсенето скача.

⌚ Павел Пенчев още пази още отличieto, получил на десетата годишнина от създаването на Еконт. Днес той е прокурист на компанията и продължава да е сред главните визионери за бизнеса.



Общността Еконт

“Няма Николай Събеv, има Еконт. Ние стигнахме до тези резултати заедно и единствената ми заслуга е, че съм привлякъл правилните хора.”

Това е формулата, която според него стои зад успеха на Еконт. Правилните хора. През 2001 г. компанията прави първите стъпки към изграждане на стратегически партньорства. След това всеки партньор допринася за разрастването на бизнеса. Действително отношенията в Еконт не се различават от тези в една семейна фирма с разликата, че тук семейството наброява над 3000 души към 2018 г.

Моделът на търговските партньорства преминава през различни трансформации. В първите години след 2000 в Сливен, Казанлък и Вудин стартират първите офиси на франчайзинг. По-късно “франчайзърите”, както ги наричат, стават търговски представители, а накрая – търговски партньори. Такива са и до днес.

Това е създаване на бизнес в бизнеса. Партньорите са фирми, които действат от името на Еконт, но за собствена сметка. Те си сътрудничат с компанията, като имат договор, по който изпълняват част от операциите по доставката на пратката. Фирмите са два вида – такива с офиси или мобилни търговски партньори, които вместо в офис работят с автомобил и разнасят пратките до врата.

Моделът е различен от стандартния франчайз, при който всички разходи и приходи са за франчайзополучателя, а за правото да ползва марката той плаща месечни такси.

Търговските партньори участват равноправно като съдружници в бизнеса. Всяка страна има определени ангажименти, срещу които получава процент от приходите. Този процент е пряко обвързан с производителността и качеството, с което работят.

Партньорите са стимулирани в няколко посоки. На първо място – да об-

служват клиентите по начин, по който би ги обслужил един предприемач, защото това са клиенти, които плащат техните приходи и заплати. Отношението към клиента е различно, защото от всеки лев, който той внася в системата, търговският партньор получава своя дял.

На второ място, има сериозно отношение към разходите. Когато партньорите поемат част от тях, тогава имат интереса да работят по-ефективно, за да получат по-голям приход.

За да е ефективен моделът, обектите на търговските представители не трябва да са повече от 10-12, в противен случай управлението става трудно. Идеята тук е собственикът и екипът да са въвлечени в бизнеса и да останат в позицията на предприемачи, а не на инвеститори.

"Инвеститорът не може да поддържа същото отношение и качество, защото не е лично ангажиран. Моделът ни е по-скоро за развиване на мрежа от малки семейни бизнеси, където ангажиментите са по-малко, контролът на управителя - по-висок, а оттам и услугата е с по-добро качество."

Така Павел Пенчев обяснява ролята на партньорите за Еконт. За подпомагането им се грижат различни отдели на Еконт. Те са по-скоро ресурсни отдели, а реалното управление се случва на място. Тоест собственикът взема самостоятелно решенията за своя бизнес, но те трябва да са в унисон със стандартите и ценностите на компанията.

Така за 25 години Еконт концентрира силна предприемаческа енергия и създава общност от 360 фирми в цялата страна. Именно в тази мрежа от партньори, които са във всички точки на страната, е силата на Еконт. На местно ниво те променят и правилата за правене на бизнес, и условията на живот. И ако попитате Николай Събев кой е най-големият актив на фирмата сега, той отговаря категорично - мъдростта на хората в Еконт.

Един от първите партньори е Тодор Ескидаров. Неговата история с Еконт започва през есента на 2000 г. Преди това той управлява фирма за търговия и текстил.

Инициативата за съвместен бизнес идва от Павел Пенчев и Николай Събев, които отиват при него в Сливен. Ескидаров приема предложението им интуитивно, след като усеща, че с тях се разбира от една дума. Инвестицията за старта на бизнеса е близка до нула. За първия офис в центъра на Сливен използва лично помещение, първият куриер е зет му и разнася пратките с частния си автомобил. В началото има борба за клиенти. Първите хора, които ползват услугите му, са познати и приятели. След това ги открива една чорапена фабрика – “Тони”, и започват да пристигат по 500 – 600 кашона с чорапи.

Но предприемачът и до днес помни първата си пратка. От Бургас. Трябва да доставят стъкло за печка или някаква подобна топлотехника. Клиентът е Петра Наева, записана под номер две в клиентския списък на Тодор Ескидаров. Дамата и до днес ползва неговите услуги. Първите сигнали, че в бизнеса има сериозен потенциал, идват през 2004–2005 г. В този период икономиката започва чувствително да расте, фирмите се радват на нови пазари и инвестиции. Тогава клиенти на компанията стават няколко компютърни компании, текстилната “Е. Мирлио” и още няколко малки фабрики за чорапи. След още няколко години започва да се усеща и бумът в онлайн пазаруването. Постепенно Ескидаров открива нови офиси. Днес той управлява 6 в Сливен, по 1 в Котел и черноморския курорт Лозенец и няколко в София.

Куриери, а не поща

След тези първи стъпки в изграждането на партньорската мрежа през 2002 г. идва и решението за по-мощна схема на франчайз. Николай Събев и Пенчев преценяват, че имат нужда от пощенски лиценз, а той е обвързан с ангажимента за национално покритие. Това означава, че компанията трябва да има офис във всяко населено място с над 5000 жители. В противен случай може да бъде изолирана от пазара за обслужване на пратки до 20 kg, който е създаден и разработван от нея.

Да отвори този голям брой офиси за толкова кратко време може да си позволи само мощна фирма със солиден капитал. Еконт обаче не се от-

казва да опита. Стратегията е още по-голяма дисциплина и всеки месец да бъдат отваряни нови точки. За целта Павел пътува от град на град, наема офиси, оборудва ги и намира хора, които компанията назначава на трудов договор. Разходите обаче стават много тежки, а приходите не могат да ги покрият. Няма и ресурс, с който да финансират следващото развитие на мрежата. Получава се така, че досегашните офиси работят с добра доходност и ръстове, но новите – не, и от това страда цялата фирма.

Тогава Николай Събев решава да обиколи из България и сам да провери каква е причината за слабите приходи. В разгара на летния сезон отива до Черноморието и вижда, че на някои места в работно време висят табелки с надпис "Затворено". Оказва се, че управителят е отишъл на плаж. В Карлово пък човекът затворил, за да си пръска лозето. В резултат в Еконт са наложени строги правила за трудова и финансова дисциплина, които и сега са съществена част от бизнес модела.

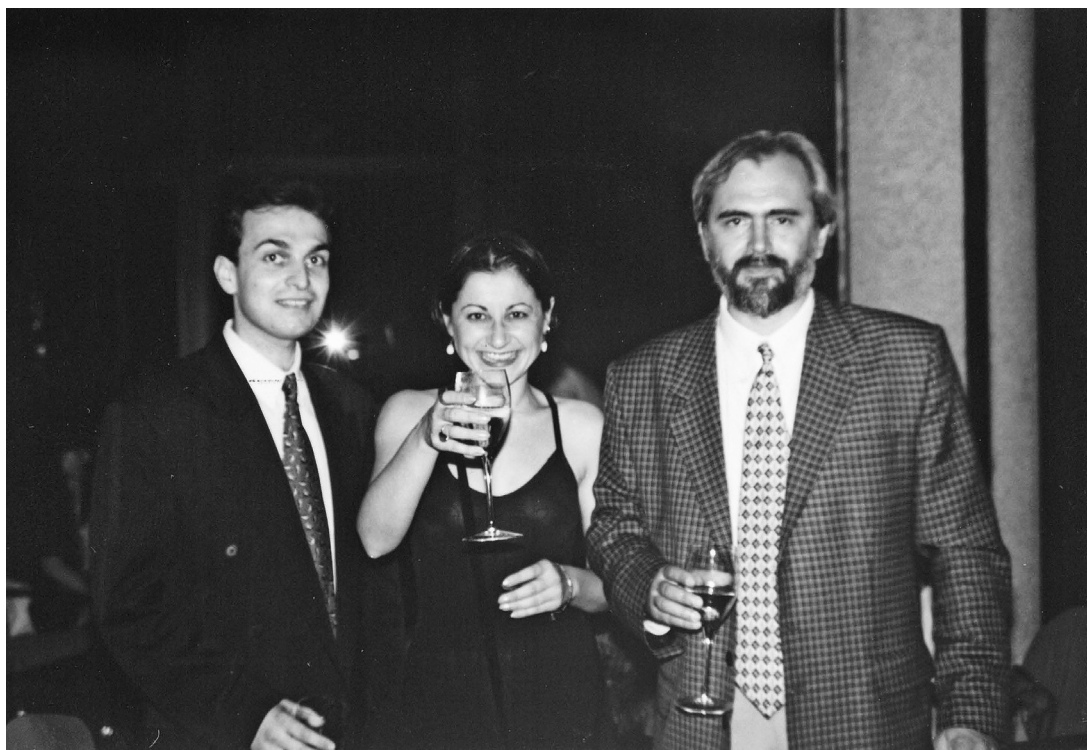
През 2007 г. компанията получава лиценз за предоставяне на универсална пощенска услуга – може да обслужва колету до 20 kg, кореспонденция, малки пакети до 2 kg и др.

През 2008 г. обаче идва нова криза. Еконт е натрупала дълг от 1.5 млн. лв., офисите ѝ не работят ефективно, поети са ангажименти за отваряне на нови, а здравословното състояние на Николай Събев се влошава.

И тази кризата се превръща в удобен момент за преразглеждане на модела. Николай Събев стига до прозрението, че компанията не е търсила партньори на правилното място и има идеалните условия досегашните управители на офиси и куриери да станат такива. Докато лежи в болницата, собственикът на Еконт пише на компютъра си партньорската програма. Стига до идеята, че не може само да си разделят разходите с партньорите, трябва да поделят и приходите. Основният бизнес принцип зад тази концепция е, че не разходите са високи, а че приходите са ниски.

"Единственото предимство да гадеш на някого самостоятелност е в това да го използваш като предприемач. Тоест преценихме, че ако акумулираме енергията на предприемачеството в една точка, ще получим добра синергия. Много добра", казва Николай Събев.

⬇️ Адриана Бонева (в средата) има дългогодишна история с Еконт. През 1997 г., от когато датира снимката, тя е счетоводител на Еконт Транс. Малко по-късно напуска и заминава да живее в Плевен. Бързо след като стартират куриерската компания, Николай Събев (вдясно) и Павел Пенчев я привличат в бизнеса. Бонева минава през цялата палитра на длъжности и трансформации на модела. Днес тя е търговски партньор с два офиса в града.



Така компанията осъществява преход от франчайз към търговски партньорства. През 2012 г. моделът е отворен за служителите на Еконт, а по-късно и за външни предприемачи. В тези отношения фирмата държи много на прозрачността – условията и договорите за партньорства са публични и качени на сайта ѝ. Процедурата по одобрение на желаещите е бърза, но те трябва да докажат своята почтеност. От кандидат-партньорите се изискват свидетелство за съдимост и документи за липсата на необслужвани задължения към държавата. Като цяло се възприема политиката първо да харесат човека, който иска да влезе в бизнеса, а след това да търсят място за офис.

Принципът за отваряне на нови офиси е да има отстояние по около 1 км от вече съществуващите.

Моделът става толкова популярен, че днес има повече желаещи, отколкото възможности за присъединяване на нови партньори. Подходът за експанзия е чрез новите офиси да се привличат нови клиенти, а не да се преразпределят настоящите. Тоест нови точки се появяват на местата, където все още няма представителство, но съществува потребителска нужда.

Призвание “куриер”

В последните години бизнесът на Еконт Експрес и нейните търговски партньори расте с двуцифрени проценти. Управлението на един скок в приходите от 20 – 25% на година невинаги е лесна задача. Необходими са хора. Основното предизвикателство пред растежа са кадрите.

В същото време в България няма хора, които са с такова образование. В това Еконт вижда възможност за промяна на средата и има конкретен план. Тя създава машина (в добрия смисъл) за обучения, получава лиценз за това и сама финансира развитието на нужните кадри. А благодарение на Еконт през 2011 г. професията “куриер” става официално призната в България.

Заслугата е и на Вяра Енева, която тогава е директор на центъра за знания на фирмата, а днес прокурист на Еконт Експрес. Тя открива, че в списъка на признатите професии има и много, за които не се изискват чак толкова сериозни знания, умения и квалификация. А куриерството е много над тях, но е нелегитимна и непризната дейност.

Да си куриер значи да си счетоводител, търговец, разносвач, да управляваш автомобила като професионален шофьор, да имаш правилна и бърза ориентация, да смяташ бързо, да имаш клиентски подход, да си технически грамотен, или да съчетаваш доста неща накуп, а това не е лесно. След такива размисли Вяра Енева предлага на Николай Събев да направят стъпки за официалното признаване на професията. И успяват.

Създават и Центъра за професионално обучение Еконт (ЦПО), който е външно звено за компанията. Центърът е сертифициран в обучението на куриерски кадри, а моделът му е близък до този на частното училище – отворен е не само за бъдещите кадри на Еконт, но и за всички, които искат да се учат на "куриерство". Програмите, които компанията създава, са писани по правилата, инструкциите и схемите за работа в нея. Сега по тях се учат и учениците от някои средни училища в страната.

Когато наемат хора, от компанията обаче първо искат да разпознаят своите ценности у кандидата. Сред търсените качества са желанието за учене и развитие и склонността да се приемат и инициират промени. Хората на Еконт (трябва да) са проактивни хора. Мениджърите пък трябва да могат да поемат освен отговорността за резултатите и отговорност за клиента.

"Това, което учим нашите мениджъри, е да правят договори. Има едно схващане, че договорите са за адвокатите, но не е така. И тук сме наложили едно правило – ние трябва да сме сигурни, че от договора си с нас контрагентът ни ще печели. Ако аз допусна договор, в който моят контрагент не печели, то това не е договор и рано или късно се разтрогва. Това стои срещу името Еконт, казва Николай Събев.

Извън конфекцията

През всички години на съществуване и развитие Еконт не се ориентира по конкурентите, а по своите клиенти. Състезанието с конкуренцията никога не е било във фокуса на фирмата. Тя не прави анализи на конкурентната среда, нито пък ценови сравнения. Точно обратното – ценово компанията е над всички останали, но това никога не спъва развитието ѝ. Философията е, че цената е оценка за продукта или услугата, които предлага, и за да може да бъде сравнена, трябва на пазара да има съпоставими продукти. Това, което предлага Еконт като стокови операции и гаранции по тях, няма аналог.

Силният фокус върху клиентските нужди е най-отличителната черта на Еконт. В услуга на потребителите от създаването ѝ досега компанията не спира да въвежда иновации и да разчупва съществуващите рамки в индустрията.

Разбирането за иновация е много просто – “това е всичко извън конфекцията”. Това, че другите куриери го правят по даден начин, и това, че всички куриери по света го правят така, за Еконт е конфекция. Принципът е следният – и един човек в България да има нужда от нещо различно в куриерската услуга, компанията се стреми да го предложи, защото със сигурност и други след това ще го потърсят. Следвайки този принцип, фирмата стига до 21 уникални клиентски услуги, които ги няма в света.

В глобален план линията на развитие на фирмите в куриерския бранш е към оптимизация на разходите, която се постига чрез стандартизация и опростяване на процесите. Тоест, за да пристигат пратките здрави, навреме и да има ефективност, процесът трябва да е опростен. Това има резон при големи обеми. Повечето куриерски фирми принуждават клиентите да влязат в един готов модел, без да са съобразени индивидуалните им нужди.

“Това е точно принципът на конфекцията – шиеш четири модела костюми в някаква номерация и убеждаваш всички, че много им отиват. Купуваш големи количества платове и съответно оптимизираш произ-

водството. Ние предлагаме услугата по начина, по който клиентът я иска. За това ни помага фактът, че стартирахме компанията на пазар, на който няма големи обеми”, обяснява основателят на Еконт.

По-късно, когато обемите нарастват, Еконт вече има много готови схеми за обслужването на тези индивидуални нужди. За това помага и разработването на софтуер, който улеснява комуникацията в предлагането на различните видове услуги. В тази посока започва да работи с малка шуменска фирма, към която подава уникални, персонализирани задачи. Днес тази фирма вече е сред големите специалисти в създаването на ERP системи, като продължава да работи като партньор на Еконт и само за Еконт.

Създадената система за управление на бизнеса е на ниво, което позволява стандартно изпълнение на нестандартни поръчки, или един универсален логистичен ключ. Всичко това прави възможно клиентът да поръча стоката си от Хасково, да посочи, че тя трябва да отиде в Пловдив, докато самият той е във Варна, но плаща от Плевен и иска документите по операцията да пристигнат в Харманли.

Разделянето на потоците на движение на стоки, пари и документи отново е резултат от клиентската нужда. Всички в компанията следват принципа да не казват на клиента “това е невъзможно или това не може да направим”. Клиентът е в основата на компанията. Винаги се прави опит първо да се свърши работата така, както клиентът иска, а после се мисли за оптимизация.

Подходът на Еконт към клиентите идва от схващането, че техните желания или нужди не са каприз, който ще вкара компанията в разход, а интересна идея, която може да развие пазара и да донесе още бизнес. Това е наследство от спедиторския бизнес. При него задачата винаги е ясна, но има различни варианти за изпълнението ѝ и трябва да се избере оптималният. В куриерството, както и в спедицията често пъти няма повтаряемост на сделките, затова Еконт търси индивидуален подход и настройва системата си според него.

Първите четири-пет години този подход работи. След това компани-

ята започва да изпитва затруднения да изпълнява обещанията, които е дала на клиентите, защото те стават много. Тогава енергията се насочва не към това да се ограничат обещанията, а да се автоматизират процесите. Примерите са много. Еконт първа въвежда услугата "Наложен платеж" и услугата "Разпореждане", която позволява промяна в условията (час, адрес, ден и др.) на доставка преди получаването ѝ.

Още преди да разработи софтуер за тези нужди, Еконт се различава от всички компании по своята товарителница. След първите четири години тя преминава от формат А5 във формат А4, защото е необходимо да бъдат записани желанията на клиента. Постоянно се добавят нови чек боксове, като например кой ще поеме разходите по пратката – получателят или подателят. После възниква клиентската необходимост разходите да бъдат поделени. И отново се добавят кутийки в товарителницата.

"Ще я пратим по Еконт-а / Can you Econt this to me?"

Еконт не само създава бизнеси, но помага на много от съществуващите да работят по-добре.

Развитието на онлайн търговията в България също повлиява растежа на компанията. През 2012 г. НСИ отчита скок в електронните продажби с 11.4%, две години по-късно ръстът е 15%, а през 2015 г. и 2016 г. пазарът вече расте с около 30% на годишна база. За 2017 г. по данни на Ecommerce Foundation оборотът от електронната търговия в България вече надхвърля 1 млрд. лв., а над 1.3 млн. българи са извършвали покупки онлайн. Все повече български търговци също отварят онлайн магазини.

Зад този възход се крие, от една страна, промяната в потребителското поведение и начина на живот на хората, а от друга, добрата синергия между електронните магазини и куриерите.

Еконт прави първите стъпки за партньорства още в самото начало на

електронната търговия. Фирмата провокира интернет търговците да правят по-бързо доставките и улеснява потребителите да купуват и получават стоката.

Историята се повтаря. В системата отново има "гупка". Някой трябва да гарантира за онлайн търговците. В представите на потребителите във виртуалното пространство има два работещи онлайн магазина и още пет, които се опитват да измамят клиентите. Средата има нужда не само някой да направи доставката, а и да поеме ангажимента и да гарантира, че онлайн търговецът е коректен и наистина ще изпрати това, което е поръчано.

Куриерската компания започва да насочва ресурси в развитието на онлайн пазара много преди бума. През 2006 г. е създаден "електронен кабинет" за управление на пратките и доставките на клиенти. Това е иновативно за времето решение, което дори изпреварва експанзията на електронната търговия с около 10 години.

е-Econt е първият в страната виртуален транспортно-логистичен център, в който могат да се ползват различни услуги за управление на доставките. Прилага се чрез модул за интеграция между онлайн магазините и Еконт, а специален отдел се грижи услугата да е лесно достъпна в интернет. Тогава търговците тепърва възприемат идеята, че продуктът им е неразделно свързан с логистиката и че стоката, доставката и плащането трябва да се разглеждат като едно цяло. Стартът на е-Econt е с 19 онлайн магазина.

През 2008 г. започва световната финансова криза. Много индустрии изпитват затруднение и са принудени да направят сериозни съкращения и оптимизации, но Еконт продължава да инвестира в решения, които да облекчават електронните продажби. По-късно техният подем ще стане основа на ръста на целия куриерски сектор - тенденция, която продължава и днес. Благодарение на адекватната преценка за това Еконт отчита ръстове на бизнеса и в периода на финансовата криза, макар приходите ѝ тогава да нарастват с по-бавен темп.

Днес Еконт обслужва над 3000 онлайн магазина в България и електронни-

те търговци са сред ключовите ѝ бизнес клиенти.

През 2012 г. компанията пуска услугата "Преглед, тест и избор", която дава възможност на клиентите да проверят и изпробват пратката, преди да я платят. Това повишава доверието в пазаруването онлайн. Самите търговци отчитат, че тази услуга допринася значително за разрастването на бизнеса. Когато клиентите купуват онлайн от утвърдени фирми, те имат доверие. Но когато поръчват от непознат сайт или от друг потребител, се чувстват значително по-сигурни, когато могат да платят след преглед на стоката. Това увеличава и броя сключени сделки.

Динамиката на този пазар и неговите нужди диктуват донякъде и промените, които Еконт въвежда в своя модел. Пример са монтираните през 2014 г. пробни в офисите. Решението идва заради лидерската позиция в сегмента "грехи и обувки" в пазаруването онлайн. А офис администраторите често влизат в ролята на продавач-консултанти, водени от принципа да помагат.

Това съвпада с философията на Еконт: От една страна, да е близо до физическите лица - клиенти на онлайн магазините и техните нужди; а от друга, да подпомогне развитието на онлайн търговеца. Тази позиция придава различен смисъл на дейността на куриерската компания. Тя отдавна не е просто разносвач на пратки, а надежден партньор. Най-голямата българска платформа за електронно пазаруване в България - OLX, работи с нея от най-ранния си етап, в който вижда необходимост да затвори цикъла обява - купувач - доставка.

Извън онлайн търговията логистиката винаги е била важен елемент в правенето на почти всеки бизнес. Куриерската услуга в днешния ѝ вид може да се нарече негова кръвоносна система. Бизнеси разчитат на външни партньори за изпращането на кореспонденция и документи, моистри на продуктите си или готови изделия, а често и за покупката на консумативи. Това важи за всички фирми, независимо от техния профил, било то микропредприятия, производствени компании, банки или зъботехнически лаборатории. С използването на куриерски услуги те пестят пари и време.

Тук ролята на Еконт е не само на национален оператор, но и на силен регионален партньор, който подкрепя малкия и средния бизнес. В Кюстендил и Бяла например на компанията разчитат много от шивашките фирми, във Велинград с нея партнират дърводелски цехове, а на национално ниво Еконт всекидневно превърта огромен обем документни пратки на бизнеса. Той изпраща всичко – от медицински изделия и консумативи, през авточасти, до лодки и каяци. Куриерите стоят с името си зад отговорността по тези пратки и не липсват ситуации, в които се е налагало да взимат неотложни решения в полза на своите бизнес клиенти.

В централата в Русе пристига писмо от софийската фирма “Главпроект 1946”. Автори са група архитекти, които участват в конкурс, но общината отказва да приеме техните чертежи и документи в разрез със законовите им права. Тогава се намесва куриерът от Хасково Стефан Димитров, който извън своите задължения телефонира на клиента, разпечатва пуснатия по имейл текст, залепва го на пратката и успява да внесе документацията за конкурса. Фирмата пише с благодарност.

Подобна е случката и с Ивайло Иванов, управител на офис във Варна. Vivasoft пускат промоция на таблети. Един от тях е поръчан за дете. В офиса на Еконт започват настоятелни обаждания от Vivasoft във Варна и от бащата в Провадия. Всички искат доставката да се случи в рамките на същия ден, което е против правилата на куриера. Оказва се, че таблетът е поръчан за рождения ден на детето, но в офиса на телекома става грешка и устройството е дадено на друг клиент. Семейството получава грешния таблет. В крайна сметка Иванов решава, че ще успее да организира доставката. И прави това навреме за рождения ден.

Стремежът на Еконт е да предложи на традиционния бизнес гъвкави условия, които отговарят на неговите специфични нужди. Така компанията “Прима пластметал”, която произвежда ролетни врати и щори в село Пиперков чифлик до Кюстендил, избира Еконт, защото имат големи автомобили и никога не отказват да вземат по-обемните товари.

Еконт е предпочитан партньор и за пловдивската фирма “Ел България”, която е сред водещите търговци на осветителни тела, вентилация и

> Продължение от стр. 37

специализирана осветителна техника. Компанията изпраща около 20-25 пратки дневно, което е 80% от общия обем работа. Фирмата работи с Еконт от самото ѝ създаване. Една от причините е изключително гъвкавата система за възстановяване на щети, макар процентът на повредени стоки да е изключително нисък.

Със и без граници

След приемането на България в ЕС през 2007 г. и облекчаването на митническите режими и процедури Еконт вижда възможност да доставя пратки от и за други държави в съюза. Първите стъпки са направени в Англия и Румъния.

Във Великобритания компанията регистрира местно гружество, което да обслужва българските потребители, които пазаруват от английските онлайн магазини. В този период местните сайтове за продажби предлагат търсени стоки, но има съществени бариери за тяхната покупка от България. Първо, не се предлага доставка до страната и второ, не се приемат плащания с издадени тук кредитни карти. За да бъдат премахнати тези тежесты, Еконт създава офиси на локални адреси в Англия, на които клиентите ѝ могат да правят поръчки. Куриерската фирма поема и плащанията към онлайн магазините, а потребителите се разплащат с нея.

Стоките, които пристигат в офисите в Англия, се проверяват от служителите там не само като съдържание, но и за размери, цветове, дефекти и пр. Всичко това е важно, защото при трансграничната електронна търговия често сроковете за връщане на поръчката се скъсяват.

За да е по-лесно обслужването, то се случва през български телефонен номер, на който клиентите могат да се информират за пратката си. В рамките на една доставка потребителите могат да получат в България групирани стоки от няколко онлайн магазина в Англия. Фактически по това време Еконт е техният представител на английския онлайн пазар. Моделът се развива бързо и търговията и обемите растат. И след 2010

🕒 Курьерството не може да се застрахова срещу всички възможни рискове. През една от най-тежките зими на Балканите един от камионите на Еконт е затрупан в снежен капан на път за Букурещ. Снимката е от личния архив на Павел Пенчев, който пътувал до мястото, за да се запознае със ситуацията и да занесе храна на шофьорите.



г. се появяват множество малки фирми, които копират схемата. В повечето случаи те са собствености на емигранти, които ползват личните си гаражи и доставят до България по всевъзможни алтернативни начини. Пристигайки в страната, много от тези поръчки отново се вливат в мрежата за доставки на Еконт.

Нарастналите обеми в онлайн търговията стават причина България да бъде забелязана от електронните платформи за продажба на стоки. Те започват да организират доставки до страната и да приемат български карти. Така моделът на Еконт се изчерпва и тя закрива английската фирма през 2017 г.

През 2007 г. Еконт започва да работи и на пазара в Румъния. Там компанията влиза по настояване на български бизнес клиенти, които искат да доставят стоки, защото виждат пазарен потенциал. Днес е четвъртият по големина куриер в Румъния. Много международни компании възлагат отговорността за доставките си в определен регион на една куриерска фирма и Еконт доставя всички пратки на H&M, SportsDirect и Assos в България, Румъния, Гърция и Кипър. На тези пазари тя работи с местни куриерски фирми, които са нейни партньори.

“Това, което правим, е стратегическо партньорство. Изградихме пул от местни куриерски компании, който успешно преборва големите международни вериги. Услугите, които предлагаме заедно, са много по-добро качество и клиентско отношение. Ние сме локални играчи, познаваме спецификите на пазарите си и можем да сме гъвкави в модела. Съчетаваме местната експертиза и силата, която имаме като брандове, с това да разширим възможността на електронните търговци от Западна Европа да продават успешно и на нашите пазари”, обяснява Павел Пенчев.

Мениджърите на Еконт на този етап не мислят за развитие на глобална компания и за изграждане на офиси в други точки на Европа и света. Пенчев обаче не изключва такава възможност. Макар фокусът да е българският пазар, той също преминава през процеси на глобализация. И ако един ден българските онлайн магазини поускат да продават продуктите си в САЩ, Еконт най-вероятно ще последва тренда и ще направи офиси в Америка. Но не заради амбиция да завладее американския пазар, а заради

това, което местните ѝ клиенти искат и очакват да получат.

В социална роля

Тъй като ученето винаги е било част от ДНК-то на Еконт, много от социалните и корпоративните проекти на компанията са насочени към знанието, а част от тях вече са извън компанията. Те са свързани основно с Русе, откъдето тръгва пътят на Еконт и където и до ден днешен е централата ѝ.

През 2012 г. фирмата създава Културен център Русе. Това е инициатива за споделяне и получаване на знания, която дава възможност на хора от цялата страна да организират свои събития и да реализират идеи, свързани със знанието. През 2014 г. започва партньорство с фондация "Русе – град на свободния дух", което подкрепя проекти в областта на културата, образованието, науката и новите технологии.

Стремешът на Николай Събев е да инвестират и работят за превръщането на града в културен център. Той всъщност винаги е бил такъв, но желанието сега е да се възобновят традиции и да се създаде благоприятна среда за растеж.

Еконт реновира и някои от старите сгради в града. Компанията подпомага баскетболен отбор, който за две години е станал републикански шампион, и възстановява площадки за тренировки, както и клуб по конна езда.

"Държавата беше абдикирала от социалните си ангажименти и на вратата ни винаги имаше хора, които се нуждаят от помощ. Не можехме да отказваме, но и не можехме да помогнем на всички, затова избрахме да фокусираме ресурсите в определени каузи", казва Николай Събев.

Част от тях са подпомагането на децата от дома за отглеждане и възпитание на деца, лишени от родителски грижи, "Райна Гатева". Там компанията решава да не носи подаръци за Коледа, а да организира пози-

тивни преживявания като екскурзии, партита и спортни мероприятия.

Малко известен е фактът, че основателят на Еконт Николай Събев е будист. Той следва автентичните будистки принципи и отделя време за медитация. Привлечен е от философията на будизма, защото в нея разпознава правила, които намира за логични и перфектни и смята, че животът му е бил постоянно настроен на тези принципи.

“Разпознах въпроси, които ме интересуват, като това дали човешкото развитие има ограничение. Декларацията, че няма ограничение, ми хареса. Будизмът е просто един инструмент за човешко развитие, който аз съм избрал да използвам, като му отделям по няколко часа дневно. Смятам, че това много помага и на бизнеса. Същевременно от създаването на Еконт насам тя винаги е била територия, свободна от политика, религия, хазарт и сексизъм”, казва той.

Отделяното от Николай Събев време е време за пауза от концепциите и в него нещата могат да бъдат погледнати дистанционно. Тази възможност основателят на Еконт определя като уникална и за правенето на бизнес, защото човек може да види нещата по-ясно, без турбуленциите на емоциите и предварителните сценарии на мисълта.

Пратка от бъдещето

Не само в България, но и глобално на пазара на куриерски услуги предстоят големи промени. Двигател на тази трансформация е продължаващото развитието на онлайн търговията и навлизането на все повече технологии и технологични решения в бизнеса.

Еконт има успешен бизнес модел, който може да подреди компании сред пионерите в предстоящата революция на логистичния пазар. Фирмата вече се подготвя за бъдещето със своя “Програма 2020”. По същество тя е създаване на електронна платформа за логистични решения, ориентирана към дигитализацията на услугите. Тоест клиентът ще има възможност да управлява процеса чрез натискане на един бутон.

Паралелно с това компанията развива проекта Еконтомат за внедряване на автоматични пощенски станции, които работят денонощно и при които процесът от изпращането до плащането е автоматизиран. Еконт разработва и проект за палетни доставки, наречен "Макси пратка". Той е насочен към клиентите на онлайн магазините и платформите за пазаруване, които купуват по-обемни стоки като мебели и бяла техника. Това ще либерализира онлайн търговията в сегмента с големите пратки, а партньор в пилотното пускане и на тази услуга е OLX. През 2017 г. Еконт Транс стартира и палетна мрежа за дистрибуция на големи товари под бранда Pallex. Тя е нещо като куриерски сервиз за бизнеса, който винаги е изпитвал затруднения да изпрати малки количества палети към някоя точка в страната.

"Това не е куриерски бизнес, но е изграден на базата и опита, който имаме в куриерския бизнес. Пренасяме го в транспорта. 2000 г. направихме обратното. Знанията от транспорта ги пренесохме в куриерския бизнес", казва Павел Пенчев.

За 25-те години от съществуването си Еконт очевидно постига това. Българската компания, създадена от нула, е оценена според предложението за придобиване на 100 млн. евро.

"Ако целта на този бизнес е да прави пари, логично би било да го продам, когато стигна до една точка. Целта на Еконт обаче винаги е била различна - да създаде устойчив логистичен модел. А тази цел е вечна. Тя няма срок поради вечно променящите се глобални ситуации и тенденции. Ние сме избрали този път", споделя Николай Събев.

📌 "OLX Group България" е платформа за интернет прогажби през малки обяви от частни клиенти и фирми. Компанията е част от медийния гигант Naspers, който има бизнес в над 130 държави. Пътят на OLX започва преди десетина години, като по онова време сайтът се нарича "Продавалник". Днес OLX е водеща платформа за онлайн търговия с над 2.3 млн. регистрирани потребителски профила. OLX и Еконт първи въвеждат опцията "Преглед и тест" при куриерските доставки.



“Изминахме дълъг път заедно и вече сме в страхотна симбиоза, която работи по най-добрия начин за клиентите.”

Камен Янкулов,
изпълнителен директор
на "OLX Group България"

В началото беше сравнително лесно – хората публикуваха обяви, получаваха запитвания и се срещаха лично, за да купят и продават различни стоки. В един момент се оказа, че все повече потребители искат да се възползват от платформата OLX, но вече нямат достатъчно време за лични срещи или се намират в друг град, и това вече не им вършеше работа.

Започнахме да проучваме пазара на куриерски услуги в България и да се срещаме с всички компании. Искане да изберем партньор, който е готов да опита нещо ново и да е способен да предостави качествена услуга. Ние вече имахме изградена много голяма база от потребители. Срещнахме се с Еконт и още след първоначалните разговори бързо намерихме общ език. Разбрахме, че имаме споделена мисия – да помагаме на потребителите да продават успешно. Потребителите бързо видяха ползите от доставката през OLX: товарителницата се подготвя онлайн, без да излизаш от дома си и дори от платформата, без да висиш по опашки в куриерските офиси.

Истинският пробив в партньорството ни с Еконт дойде през 2014 г., когато въведохме в куриерския бизнес нещо, което не съществуваше до момента – възможността за Преглед и тест. Допреди това голяма част от хората се притесняваха да ползват услугата, защото им се струваше несигурно. Нямаше как да провериш какво има в пакета, преди да го платиш и отвориш, а това беше предпоставка за измами и некоректно отношение. Въведохме услугата “Преглед, тест и избор” и резултатите бяха зашеметяващо добри. След сериозен маркетинг от наша страна отчетохме 4.5 пъти увеличение на ползването на услугата.

Бизнес клиентите ни виждат основните предимства на Еконт в голямата мрежа от офиси, качествено обслужване и гаранцията, че стоката ще пристигне бързо във вида, в който е изпратена.

Двете компании изминахме дълъг път през годините и към днешна дата смело мога да заявя, че сме постигнали страхотна симбиоза, която работи по най-добрия начин за потребителите.

🕒 "Bazar.bg е сайт за безплатни обяви, в който физически лица могат да продават ненужните за тях употребявани вещи. Той е част от групата на компанията "Резон" ООД, в която влизат още електронните страници - imot.bg, zaplata.bg и mobile.bg. Към началото на юни тази година на bazar.bg са публикувани 1.7 млн. обяви от цяла България. През 2017 г. приходите на "Резон" са 9.6 млн. лв. спрямо 7.5 млн. лв. година по-рано. Печалбата на компанията е 2.7 млн. лв.



Месечните доставки с интегрираната куриерска услуга са над 100 хиляди."

Емил Георгиев,
ръководител на
проекта Bazar.bg

Търговията между две частни лица с лично предаване беше възможна само в района, в който те се намират, което до голяма степен ограничаваше възможностите за избор. Курьерските услуги премахнаха тази пречка и дадоха възможност на потребителите ни да избират между много по-голям брой обяви.

За нас тези услуги се предлагат от Еконт като интегриран в нашия сайт софтуер. Така всеки профил има директен достъп до курьерската услуга чрез своя акаунт. По този начин ние затваряме кръга от публикуването на съответната обява до изпращането на пратката. Попълвайки товарителницата от нашия сайт, тя отива директно при Еконт, което освен всичко друго пести и време на клиентите.

Нашето партньорство с Еконт е от ноември 2011 г. по тяхно предложение, за което сме благодарни. Ние постоянно се стремим да подобряваме и разширяваме услугите си. Резултатите показват, че интегрираната курьерска услуга е изключително използвана от нашите потребители и те са доволни, че могат, влизайки в един профил, да свършат всичко. Месечно генерираме над 100 хил. доставки.

За нашите цели Еконт предлага най-комплексната и завършена услуга. Възможността, която те ни предложиха за преглед и тест на стоката, помогна на нашия бизнес да се разрасне. Причината е, че когато купува онлайн от утвърдена фирма, човек може да се довери. Но когато купува от напълно непознат човек, възможността да се плати след получаването на стоката дава сигурност, което увеличава броя сключени сделки.

Партньорите/Прима пластметал

🕒 “Прима пластметал” (Кюстендил) е специализирана в производството на гаражни, охранителни и ролетни врати и щори. Създадена е през 90-те години и е базирана в село Пиперков чифлик до Кюстендил. Годишните приходи на фирмата са около 350 хил. лв., а неин едноличен собственик и управител е Олег Георгиев. Партньорството му с Еконт датира от 2002 г.



Офисите на Еконт са на удобно място, а хората в тях са работливи, което вече е рядкост."

Олег Георгиев,
собственик на
“Прима пластметал”

Логистиката и куриерската услуга са важни за бизнеса, тъй като изделията от цеха в Пиперков чифлик пътуват до много точки в страната и навън. За големите поръчки ползвам собствен транспорт, но често натовареността на производството е по-малка и се изпълняват частни поръчки. В тези случаи е по-удобно и икономически ефективно да ползваме услугите на куриерска компания.

С Еконт се познаваме много отдавна и всяка седмица изпращаме изделия през тях. Избрахме ги, защото имат големи автомобили и никога не са отказвали да вземат по-обемните товари, като например външните гаражни врати, които са дълги 6-7 метра. Офисите са на удобно място, а хората в тях са работливи, което вече е рядкост.

Партньорите/Ел България

📍 Пловдивската “Ел България” е един от водещите търговци на осветителни тела, вентилация, специализирана осветителна техника и електрооборудване на българския пазар. Компанията има вече 20-годишна история и нейни корпоративни клиенти са между 350 и 380 магазина в цялата страна. Оборотът ѝ през 2017 г. е бил 4.5 млн. лв., като тя се нарежда на лидерска позиция и в онлайн продажбите на осветителни тела. “Ел България” е един от партньорите на Еконт в Пловдив, откъдето се извършват всички доставки за България.



Клиентите станаха много капризни и изискват сериозно обгрижване – тук Еконт е пред другите.”

Златко Джунгуров,
собственик на
“Ел България” ЕООД

Започнахме да работим с Еконт още от тяхното създаване. Ние следим пулса на логистичните фирми, защото зависим от тях. Затова много внимателно наблюдаваме начина им на работа и условията, които предлагат.

Клиентите в България започнаха да стават много капризни и изискват сериозно обгрижване и близък контакт. Точно тук Еконт излиза с едни гърди пред другите, защото те умеят да запазват персонала си. Това ни даде възможност да опознаем техните служители и да създадем добра обратна връзка с тях. Комуникацията с тях се улеснява и от факта, че имат специално разработен софтуер за поръчки, който е интегриран в нашия сайт.

На ден имаме около 20-25 пратки в страната, което е около 80% от общия ни обем работа. Започваме да използваме услугите на Еконт и в Румъния и Гърция, следвайки тяхното развитие, тъй като условията за тези страни са същите като за България.

Еконт е нашето лице пред клиентите и досега нямаме оплаквания за небрежно отношение от страна на служителите. Имаме сигурността, че пратките ще стигнат навреме и невредими, а най-големият плюс е изключително гъвкавата система за възстановяване на щети. Въпреки че процентът на повредени стоки при тях е много нисък в сравнение с други логистични компании.

Еконт дават възможност за фино калибриране на условията на работа в зависимост от нашите нужди.

Общността Еконт

Големите успехи в бизнеса никога не са резултат от усилията само на един човек. Тайната е как и с какви хора работиш.

Така през годините Еконт създава общност от 360 партньора в цялата страна. Това са търговските представители, които управляват офисите на фирмата. Те се развиват и растат заедно с компанията.

И ако попитате собственика и основател Николай Събев кой е най-големият актив на фирмата днес, той ще отговори еднозначно – мъдростта на хората в Еконт.

🕒 "Дама купа" ЕООД
е създадена през 2002
г. в Кюстендил.



Кристина Макариева,
"Дама купа" ЕООД, Кюстендил



Хората си представяха, че е като по филмите – куриерът носи цветя. Те пускаха пратките по влак или нелегално с междуградски автобус, като даваха по 2 лева на шофьора. През 2002 г. не можеха да си представят, че могат да оставят нещо в 9 часа при нас и то ще е във Варна на другия ден. Тогава работихме идейно-възпитателна дейност – да обясним какво е куриер и какво прави, трябваше да наложим името и марката. Сега е вече друго – името работи за нас... Правилата и ценностите всеки създава сам за себе си, това са неща, които като човек си изградил. А това, което ние правим, не е работа, а начин на живот и затова казвам, че сме семейство. Тези, които не го разбират, не остават при нас." **Кристина Макариева**

Всяка пратка е една съдба

Кристина Макариева, "Дама куна" ЕООД, Кюстенгил

Животът ми в Еконт започна през 2002 г., а първият „мой“ офис е отворен през 2008 г., вторият – три години по-късно. Сега бизнесът е много повече ориентиран към физическите лица и задоволяване на нуждите на домакинствата, докато в началото клиентите ни бяха основно фирми.

Времето, в което стартирах първия си офис, съвпадна с икономическата криза, но ние бяхме предупредени от Николай Събев много по-рано – че трябва да направим добра преценка, да планираме по-точно разходите си, да мобилизираме човешки ресурс, така че да оцелеем без сътресения.

В Еконт едно от важните неща е, че има предвиждане за бъдещето и ние успяваме да сме една-две крачки напред.

Допреди няколко години куриерската пратка приличаше повече на документ в малко сиво пликче, докато сега доставяме какво ли не.

Получавали сме половин микробус, разрязан на две, без гумите. На нас разчитат както големи корпоративни клиенти, така и бабите на село. Те също изпращат и получават пратки, а ако сме им закарали пералня или друга техника, вярват, че куриерът трябва да я свърже. На селата в областта доставяме земеделска техника – включително култиватори с ремарке, сеносъбирачки и балировъчни машини.

А наскоро дъщеря ми ме попита кой ще вземе офисите на Еконт – тя или 10 години по-малкият ѝ брат. Те вече живеят с нагласата, че ще

20 000

пратките, които офисите на Кристина Макариева обработват всеки месец.

продължат това, което правя. Ценното в Еконт е, че тук винаги ни провокират да мислим и да сме креативни.

Това, което са ни казвали Николай Събев и Павел Пенчев, е, че ако си мислим, че сме намерили две решения за някой казус, трябва да намерим и трето. Това за мен вече е правило и в личен план, винаги търся още и още варианти и накрая намирам най-добрия път да стигна до това, към което съм тръгнала. Това е промяна в начина на мислене.

Мисля, че средата в България е трудна за бизнеса и не се оцелява лесно. Но пък ако си тук, това ти дава самочувствие, че можеш и където и да си, дори в друга държава или в друга дейност, да се справиш с всичко. Поне за хората от Еконт мога да дам такава гаранция.



За да спечелиш клиент: Един директор на завод много обичаше вицове, маниак, и преди всяка среща с него учех вицове, защото иначе не чета такива неща. Спечелих го като клиент."

Следвам две правила:

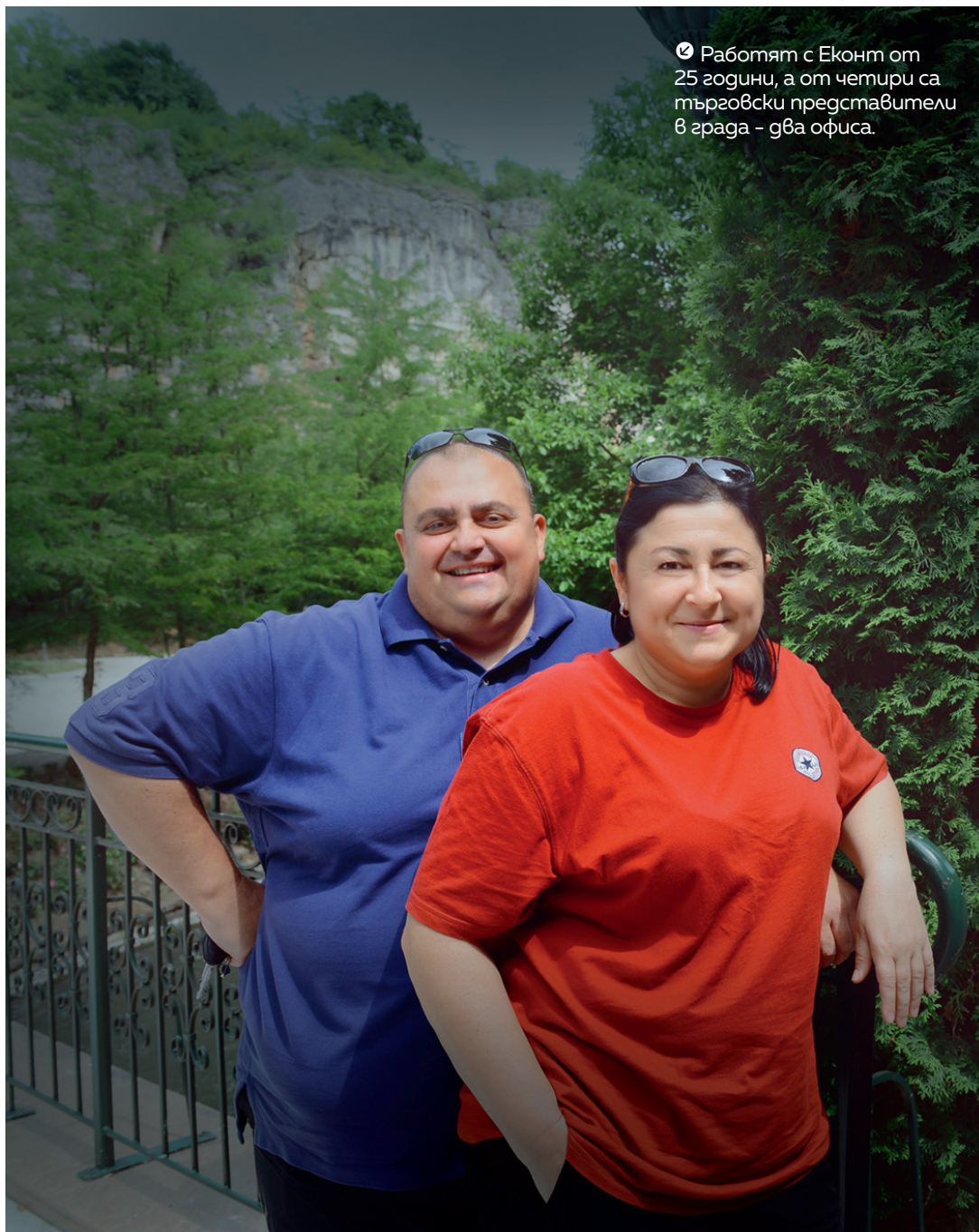
1. За да успееш, трябва да гадеш много от себе си – да си отгаден, тогава идват и успехът, и материалната облага. Много хора търсят точно обратното – не се захващат с нещо, преди да им е гарантирано колко и какво ще получат, без да осъзнават, че това е следствие на собствения им труд.

2. С клиента винаги трябва да имаш честни и прозрачни отношения – без грим и пудра. Винаги истината в очите, каквато и да е.

30%

годишно расте бизнесът ни.

✔ Работят с Еконт от 25 години, а от четири са търговски представители в града - гва офиса.



Адриана Бонева и Цветан Баръмов,
„АБ Експрес“ ЕООД, Плевен



Около всеки офис на Еконт се отваря някакъв съпътстващ бизнес – книжарница, домашни потреби, фризьорски салон. В началото в квартал „Сторгозия“ бяхме само ние и магазин за домашни потреби. Срещу нас, в сграда, която преди беше пред разпадане, сега има седем-осем фирми, включително фотографско студио, погребална агенция. Караме всичко. Това е живият живот." **Адриана Бонева**

Първите години бях и куриер, и счетоводител, ходих по клиенти, по офиси... Върших всичко, провеждах дори интервюта – сядаме, правим интервю, на мен ми трябват тридесет секунди, без да гледам дори документите на човека, за да знам дали той ще стане или не." **Цветан Баръмов**

Шестте първи пратки всъщност бяха седем

Агриана Бонева и Цветан Баръмов, „АБ Експрес“ ЕООД, Плевен

"Цветан пое предизвикателството да започне с куриерската работа и стартира с екип от двама души. Започнахме на мускули, приятелства, добро желание, познати и много ентузиазъм. Стартирахме с шест града, а първите ни клиенти бяха приятели с бизнес, които "по задължение" трябваше да използват услугите ни...

Успешни сме, защото ние сме една фамилия със служителите си, можем да си помагаме и да бъдем единни, да преминаваме заедно през трудните моменти и празниците им, да внедряваме заедно иновациите. Това, което правиш със служителите ти, се предава и на клиентите, защото огромна част от тях са ни редовни клиенти – стават приятели, защото ги срещаш в кварталния магазин,

кафене, разхождаш децата си с тях. Добрите иновации се приемат лесно в компанията. Книгата на Джейсън Дженингс и Лорънс Хотън „Не големите изяждат малките, а бързите поглъщат бавните“ ме вдъхнови. Четох я в момент, когато телефоните започнаха да стават все по-достъпни, и ми хрумна да изпращаме SMS-и, с които да известяваме клиентите, вместо да им позвъняваме. Това изискваше време и ресурси. Иновацията бе приета от ръководството, а после бе внедрена и от конкуренцията.

Във всеки момент чрез нашата вътрешна платформа за комуникация Workplace може да предлагаш идеи на топ мениджърите, да участваш в групи за внедряване на дадена иновация, има тестови групи за обратна

17

са годините, в които някои от служителите работят при тях. Други – между 12 и 15 години.

връзка и предложения. Всички канали са отворени, стига да имаш сърце за това.

Вече не е достатъчно да правиш качествена услуга. Качеството е на първо място, но трябва също да бъдеш различен, да помагаш на хората, да бъдеш полезен в техния делник и да задоволяваш потребностите им. Трябва да имат едно преживяване, докосвайки се до твоята работа”, според Агриана Бонева.

„Игва Николай Събеv един ден и казва: “Нищо не правите в този Плевен, днеска имате само шест пратки”, и си тръгва ядосан. Поставените задачи бяха сто пратки на ден”, спомня си Цветан. Него обаче нещо го гложди: „Аз го слушам, обаче през цялото време си викам – ние нямахме шест пратки, имахме седем! И наскоро не издържах и му казах, че не е бил прав! Много се смяхме”, разказва Цветан Баръмов.



Складagжии на компютър:

Първоначално питахме складagжиите – искате ли да получите компютърна грамотност. Разбира се, че искат. Казвахме им да наберат това, което бе писано на хартия дотогава – химизирани товарителници – наберете ги в електронен формат. На втората седмица те бяха станали виртуози. Човек, като има желание, сам може да придобие компютърна грамотност.”

Цветан Баръмов



✔ Работи в Еконт
от 2005, търговски
представител от
2015 с два офиса.

Андреана Гърова,
"Джи ти логистикс" ООД, Пловдив



Принципите са като принципите в живота ни: честност, да гледаш напред, да не отричаш новостите. Клиентът да е удовлетворен от нас – да се чувства сигурен, че каквото ни е дал, ще стигне до крайния получател навреме. А куриерите ни трябва да са бързи, чисти и спретнати...

Цената за българина много отдавна не е най-определяща, вече не търсят най-евтиното, а сигурното и качествено." **Андреана Гърова**

И все пак можеш да си успешен в България

Андреана Гърова, "Джи ти логистикс" ООД, Пловдив

Работя като служител на Еконт от завършването на университета, бях на 23 години. Преди да стана управител на офиса през 2005 г., работех като диспечер и ме наричаха господарката на тефтера – това беше тефтерът, в който записвахме всички адреси, а колко е променено всичко сега. Клиентите могат сами да правят заявките си онлайн.

Спедиторският бизнес се развива с големи темпове и виждаме как освен нас и редовните ни клиенти растат. Но в България има много бюрокрация, която създава препроставки за корупция.

За сметка на това данъците са наистина ниски и това е благоприятно за развиване на бизнес. Липсва работна ръка, моя близка има сладкарски цех, с много модерни машини оборудван, и не може да намери работници, машините си стоят така и тя не може да си изпълни поръчките.

И за нас трудност е намирането на нови надеждни куриери – идват да кандидатстват за работа и често си тръгват, без да са довършили дори обучението. Не се появяват за изпита и дори не ме предупреждават.

Всичко сме преживявали, какво

500

са редовните корпоративни
клиенти със сключен договор.

ли не, но с всичко се справяме. Пренасяли сме и разглобено такси, всякакви необичайни пратки. Но за всеки проблем има човек от централата на фирмата, който отговаря. Попълвам съответната бланка и веднага получавам подкрепа. Благодарение на добрата комуникация в цялата компания нищо не може да се задълбочи и да се превърне в голяма трудност.

За мен Еконт се превърна в начин на живот. Животът ми се преобърна. Еконт ме научи на дисциплина и самоувереност. Днес дори синът ми, който е само на 9 години, иска да работи тук и ме моли да му намеря позиция. Защото той вижда, че родителите му работят много, но и постигат много и резултатите са видими.



2 часа на опашката:

Наш куриер трябваше да достави документ до службата, която отговаря за ТЕЛК в Пловдив, но администрацията там не искаше да го приеме и той трябваше да изчака два часа на опашка с други граждани, за да получи входящ номер. Колегата изчака и дори не сме казали на клиента колко повече усилия ни е коствало, за да му доставим документа, нито сме му поускали повече заплащане. За нас е важно накрая той да е доволен."

🕒 Вяра работи в Еконт от 2000, търговски представител е от 2008 с пет офиса – гва в Пазарджик, в Пловдив, Белово и Септември.



Вяра и Асен Бозвелиеви,
"Валсти-2008", Пазарджик



Избрахме този бизнес, защото може да сме полезни и да видим усмивките на хората, когато доставяме пратките и когато научават благодарение на нас хубави новини. Веднага се сещам за случая с младото семейство, което нямаше пари да отиде до София, за да си направят изследвания, а имаха вече едно дете с детски паралич. Жената беше бременна с второто дете и очакваха писмо с резултат от изследвания, които бяха изпратили. Нямаха сили да отворят писмото и подписаха декларация, че искат аз да го отворя. Сега се разплаквам, като го разказвам, резултатите бяха хубави и им се роди здраво дете. До ден днешен помня емоцията... Работата е мисия, а не просто работа." **Вяра Бозвелиева**

Тук нищо не се губи

Вяра и Асен Бозвелиеви, "Валсти-2008", Пазарджик

Едно време хората не знаеха какво е куриер или спедиторска фирма, гледаха ни с недоверие. В Панагюрище трябваше да доставим пакет във фабрика на "Кодак", но охраната не ни пускаше. Трябваше да им обясним, че сме нещо като частна поща, за да разберат. А днес Еконт е нарицателно, всички ни знаят.

Имаме над 100 корпоративни клиента от всякакви сфери. Рекламни агенции – „Тандем“. Други са за вело- и мотоциасти „Мото байк“ – те имат над 100 пратки на ден, свидетели сме на тяхното израстване, едно време аз им дадох идеята за онлайн магазин и той беше първият в Пазарджик. Заради собственика на тази фирма съм гледала турски сериали, защото той много се вълнуваше от тях

и да има за какво да си говорим, докато му пиша товарителниците, съм ставала и през нощта да гледам повторенията. Така се сприятеляваме с клиентите, всичко правим за тях.

Свободни сме да вземаме решения за управлението на обектите, но спазваме указанията, които са за всички. След мое предложение например въведохме повече копия от товарителницата, за да остава копие за подателя, както и номериране.

Веднъж на 30 декември вечерта тъкмо сме се събрали с приятели. Звънят ни, че една пералня не е натоварена. Грешката беше, че по това време заявките на таблета на куриерите не се виждаха докрай, ако има някакви

15 000

лева е първоначалната инвестиция за старт на бизнеса – 8000 на кредит и другите от приятели, върнати за една година.



забележки и уточнения. А там точно диспечерът беше писал, че от същия адрес трябва да се вземат няколко пратки от няколко различни магазина. Качва се Асен на колата и отива да товари пералнята. Там го чакат трима вече подпийнали служители, които още от сутринта чакали и го вечерта вече се напили, та Асен пак сам си я натоварил. Чакахме на магистралата от София тира на Еконт, за да я качим. На другия ден гамата си получи пералнята точно за Нова година.

След този случай коригираха системата и куриерите виждаха всички полета. Работата тук е мисия, защото зад всяка пратка има клиент, история, емоция, не е просто плик с товарителница.

Правило: Тук нищо не се губи, само си сменя притежателя и формата, като в природата.

Куриер на Бъдни вечер: На Бъдни вечер веднъж карахме телефон за подарък на едно дете до Ихтиман. От магазина, от който е поръчан, забравили да го изпратят, а бащата ни звънна разстроен, че няма пари, за да дойде да го вземе, и така синът му ще остане без коледна изненада. Ние, разбира се, се качихме на колата и му го закарахме.

☑ "Ден" ООД е създадена през 2002 в Казанлък и има три офиса и логистичен център.



Евгени Колев и Магдалена Йовчева,
"Ден" ООД, Казанлък



За да успее един бизнес, са необходими ум и сърце..."

Магдалена Йовчева

Днес всичко изглежда просто и ясно, но в началото на бизнеса съвсем не беше така. През първите години данните за пратките пристигаха на екселска таблица, а файлът се изпращаше по модем чрез телефона, а системният администратор описваше на ръка цялата информация. Сега до нея стигаме само с едно кликване с мишката на компютъра."

Евгени Колев

Когато палтото отеснее – купете ново

Евгени Колев и Магдалена Йовчева, "Ден" ООД, Казанлък

Евгени Колев разказва: След като станяха промените в страната, реших да направя собствен бизнес. Открих фирма с идеята да правя сервизна поддръжка на касови апарати и фискални устройства.

Покрай бизнеса се запознах с един от основателите на Еконт – Павел Пенчев. Той ми предложи да започна работа като търговски представител. Беше своеобразен експеримент, защото в началото никой не знаеше дали формулата на франчайзинга ще бъде успешна. Благодарение именно на нашата упорита работа собствениците на Еконт оцениха модела като добър и го наложиха в цялата страна. И сега звучат в ушите ми думите на Павел Пенчев „Ще ви изпратим

кола, започвайте веднага.“ Наехме малък офис и започнахме.

В началото хората все още не знаеха за нас. Търсихме да рекламираме дейността си. Бяхме спонсори на празника на розата в Казанлък и нашите банери и информацията за фирмата ни стигнаха до всички. После се постаряхме да изразим специалното си отношение към всеки клиент. Това е една от причините за бързия ни ръст...

Трудните моменти са свързани точно с този период, заради който трябваше във възможно най-кратък срок да се създадат нови, по-добри условия на работа и организация. Оказва се, че това

никак не е лесно. Дейността се разви лавинообразно, а ние нямахме готовност нито откъм материална база, нито разполагахме с достатъчно хора. На помощ в този труден момент дойдоха думите на Павел Пенчев, който ни насърчи: „ Когато едно палто е отесняло, вместо да го кърпим, време е да си купим друго палто.“ Така постепенно построихме новия си офис в центъра, наехме следващия офис, увеличихме хората си. Собствениците на Еконт в този критичен за нас период ни дадоха gratuitен период от 3 месеца, в който ние успяхме да се справим... Оттогава гледаме винаги да сме подготвени за високата вълна на бързото развитие.

24

пратки в първия работен ден през 2002 г.

8600

пратки минават само през централния офис на фирмата през 2018 г.

28%

Ръст за 2017 на офиса в западната част на Казанлък.

"Арсенал"

Не футболният отбор, а местната оръжейна компания също е сред клиентите на Еконт.



✔ "Нимаг" ЕООД е създадена през 2002 г. във Вудин и има по 3 офиса във Вудин и в София, както е и партньор и на линията Вудин – София.

Ирена Кадийска,
"Нимаг" ЕООД, Вудин



Офисите във Видин са много по-натоварени от софийските, тъй като Видин е беден град. Там няма нищо и всичко се пазарува онлайн.

Моят кум живее в Париж и ми каза, че не може да изпрати едно пакетче. Може само с местната поща, а в момента, в който се обърне към друг куриер, те веднага му казват, че работят само с фирми. А при нас влиза една жена и праща ключовете на сина си, който си тръгнал в неделя, забравил ги и в понеделник си ги получава. И казва: "Ние този Еконт за нищо го нямаме." **Ирена Кадийска**

Като в местния магазин

Ирена Кагийска, "Нимаг" ЕООД, Вудин

Преди имахме рекламна агенция, която после спря дейност, Еконт измести всичко. Започнахме съвсем на шега. Познавам Николай Събев отпреди това. Бях чувала с какво се занимава – куриерски бизнес, и буквално го приемах като помощ да си разнесат няколкото пликчета. Докато един ден се обади и каза "хайде да започваме", имахме среща с прокуриста на компанията Павел Пенчев, излядохме по една салата на една бензиностанция и той ме заведе в офиса, който беше в "Дианабад". Там имаше около 20 души персонал, няколко момичета в кол-център и мой състудент, колега от Свищов, който също работеше там. Той ми поразказа някои неща за не повече от 30

минути, дадоха ми по няколко пликчета от всички видове, няколко товарителници и ме качиха на автобуса за Вудин. Контактувахме само по телефона и с екселски таблици. От София се обаждяха да кажат: "Чакайте автобуса в едн-колко си часа" и така посрещяхме пратките.

Днес усещам колко компанията улеснява живота на хората. Няма друга такава услуга в света. Или има куриери, или има пощи.

Пощите не работят с качеството на куриерите, евтини са, но ако искаш куриер, плащаш много.

Клиентът идва при нас като в местния магазин. Ти да го видиш



От токчетата до камиона:

Първият автобус, който трябваше да изчакам – отидох с едни токчета. Оказа се, че пратката е чувал, пълен с лагери. Обадих се на съдружника ми да дойде с колата и така започнахме. След три месеца ми се обади Павел Пенчев, който ни докара първия чисто нов пикап и през ноември 2002 г. стартирахме първата линия, която стигаше до Враца – Видин, Лом, Монтана – всичко се събираше в един пикап. Впоследствие стана бус, сега са 12-тонни камиони. Днес се движат два или три камиона всеки ден."

на тротоара и вече си му отворил картоната, знаеш името му, вече си готов и само го питаш докъде ще пътува – това е много важно за клиента. Те се чувстват спокойни при нас, поръчват си обувки, мерят, питат как им стоят. Като при приятели са.

Хората дори нов бизнес да стартират, гледат да е около нашите офиси, защото знаят, че



Лоялност: За мен най-голямата ценност е да си лоялен към клиента. Това го казвам на всички мои служители, но и на децата си. Трябва да си лоялен към хората. Не можеш да оставиш клиент без върнато обаждане, не можеш да поемеш ангажимент, без да дадеш обратна връзка – без значение можеш ли, не можеш ли да го изпълниш. Това е много важно за бизнеса. Това да си добър търговец не означава да обикаляш с една папка от обект на обект. Значи, че клиентът ти е доволен и ще ти се обади пак."

има поток. Даже тук, в София, в "Бели брези", в нашия офис, се появи клиент, който продава много скъпи паркетни. И каза: "Само заради вас си отварям тук, защото знам, че ще дойдат хора и ще ги видят." Всички – производители, търговци, услуги – всички зависят от куриерския бизнес. Мога да кажа, че магазините във Видин – особено малки магазинчета за грехи, за обувки – всичко зареждат през нас.



☑ Любка Николаева е в Екоонт - от 2004 г., а търговски партньор става през 2008 г "Йоана 2008" е с офиси в Бяла, Горна Оряховица, Полски Тръмбеш.

Любка Николаева,
"Йоана 2008", Бяла



Честността е най-голямата ценност в бизнеса. Ако някой от екипа ми опита да злоупотреби, е вън. Аз мога да работя за трима – да управлявам офиса, да товаря, да шофирам. Мога всичко и го правя, но няма да приема компромис с честността. И когато стават грешки с пратките на клиентите – това е най-важното. Обаждаш се и казваш: "Забравих една от частите в склада и тя ще пътува утре." Ако обаче клиентът каже, че му е важно да я получи днес, палиш личния си автомобил и отиваш да я доставиш. Вземаш такива решения постоянно. Клиентът винаги трябва да знае, че си на негова страна." **Любка Николаева**

Ти правиш бизнеса да расте

Любка Николаева, "Йоана 2008", Бяла

Преди 15 години разбрах за интервю за работа в Еконт случайно – от майката на приятел. Започнах като офис администратор... И до днес любимото ми е да работя на "рецепция". Винаги търся прекия контакт с хората.

Тази работа е нещо, което винаги е било вътре в мен. Още пазя първия тефтер, в който съм записвала пратките. Разбиваш на листа си по една, две, три, четири пратки на ден и в един момент виждаш, че това нещо започва да расте. То не е чисто и просто работа, където ходиш и работиш, ти го правиш да расте.

В началото имаше голямо текучество на куриери. Те гледаха на тази работа като на нещо временно и несериозно. Мислеха си, че едва ли не са там като шофьори. Всъщност не е така. Тези момчета са суперспециалисти, със знания

на куриер-логистици и могат да работят всичко в бранша.

През 2008 г., шест месеца след като родих второто си дете, вече даваха офисите на франчайз. Нямахме как да не запалем колата и да отида при Николай Събев... Той не е класически шеф, а ментор, знае как да мотивира, да ти помогне да вземеш решение. Винаги ни е казвал да работим така, че да има работа и за нашите деца, но когато си на 25 години, не разбираш тези думи.

Харесва ми, че във фирмата можеш да кажеш какво мислиш, какво те притеснява и вълнува, с какво не си съгласен. Имаме свобода, но компанията има и стандарти, които трябва да следваме. Изградихме ценностите на Еконт и нашето поведение е "еконтско". Затова аз мога да позная от пръв поглед човека, който ще се справи с работата. Не ме интересуват дипломите, а възможностите и

потенциалът на хората.

За клиента моето лично правило е да правиш всичко на всяка цена, да искаш да помогнеш. Ако някой иска пратката му да пристигне в село, което се обслужва два пъти в седмицата, ще потърся възможност и ще го направя преди или след работа.

Еконт дава огромни права на клиента – може например да изпрати цветя и да поиска да са поднесени с усмивка и конкретен музикален съпровод.

Бизнес клиентите и частните лица, които обслужваме, имат еднаква тежест за бизнеса. Макар и да са малко – само 15 – всички фирми в Бяла работят с мен. Имам и верни клиенти от 15 години насам. На един такъв клиент му дойде пратка по друг куриер и той я беше върнал. Казал, че работи само с Еконт.

Този бизнес ще продължи да се развива. Аз и след 5, и след 20 години пак се виждам в Еконт, искам да участвам в него.



В началото работехме с лични автомобили. Аз бях на 23 години и няхах нищо. Баща ми ми даде неговата кола, слагали сме ремарке, за да караме двигатели с нея и врати."

Секция завинаги:

В първия работен ден влязох в офиса и си помислих "Боже, къде попаднах". Имаше печка на дърва, две кучета и една жена, която обработваше пратките. Обзавеждането беше бюро, секция и столове. Секцията сега е в къщата ми на село. Не я давам."

500 000

Приблизителната инвестиция в бизнеса до момента, която включва покупка на нови автомобили и къщата, в която е офисът в Бяла.

150

лева е стартовата заплата на Любка Николаева през 2004 г.



Ⓜ Михаил Михайлов е търговски партньор, а Галина Томова е управител. "Рубин комерс" има общо 7 офиса – 3 във Велинград, 3 в Стара Загора, 1 в Ракитово и два мобилни куриери във Велинград и Стара Загора.

Михаил Михайлов и Галина Томова,
"Рубин комерс", Велинград



Еконт е система, в която работят ясни правила и европейски стандарти. Това, което отличава компанията, е голямата дисциплина и отношението към клиентите. Такова отношение няма никъде, дори в банките. Ако компанията вземе управлението на България на франчайз, ще станем не Швейцария, а още по-добре."

Галина Томова

За нуждата от реклама и куриерски услуги

Михаил Михайлов и Галина Томова, "Рубин комерс", Велинград

Михаил Михайлов: "Започнах в началото на 90-те с едно кафене, после направих магазини за стъклария. Опитвах от всичко. Методът беше проба-грешка, а през 1995 г. се насочих към рекламата, което остава основна дейност на "Рубин комерс".

Галина Томова: "Първите стъпки по пътя на куриерския бизнес бяха през 2002-2003 г. Преди това във Велинград нямаше никакви куриери, никой не знаеше за тях, а за рекламния ни бизнес получавахме пратки с железопътен транспорт. Преди деноминацията на лева пътувахме по два-три пъти в седмицата с един голям куфар с хиляди левове, за да си купуваме материали, и си беше цяло предизвикателство самото намиране на материали, защото нямаше и интернет. Колега от Пловдив каза, че знае за куриерска фирма, която може да ни доставя пратки. Ние се обадохме на тази фирма и се оказа, че правят доставки, но само до Пазарджик.

Така разбрахме за Еконт. Беше много по-лесно да правим поръчки по телефона и те да идват до Пазарджик, откъдето ги вземахме.

След една-две години пазарджишкият офис вече започна да доставя във Велинград. Сприятелихме се с куриера. Веднъж дойде с документална пратка от Враца и Михаил го попита как му излиза сметката, като кара с буса само за една доставка от Пазарджик и взема за това 4-5 лв. Той ни обясни, че всъщност това е цяла система, в която така се въртят пратките, че да има икономически смисъл, и спомена, че ще правят конкурс за фирма, която да отвори офис във Велинград."

Михайлов: "За конкурса вече имаше петима кандидати, но ни стана интересно и пуснахме мейл с мотивационно писмо и CV-та... След повече от месец ни се обадиха, за да ни кажат, че ще дойде човек да направи проучване на фирмата. Ние много се изненадахме, не

знаехме, че ще се случи, и не бяхме помислили нито за помещение, за нищо, а си имахме и много работа в рекламната агенция..."

Томова: "Взехме решението да започнем с Еконт покрай дългото чакане по гарите и автогарите за пратки, без да знаем изобщо какъв бизнес е куриерството. Намерихме бързо обаче едно партърно помещение и ни одобриха. Беше 2005 г... Когато отидохме на обучението, не знаехме за какво става въпрос - пратки, кръгове, операции.

В началото бизнесът вървеше много слабо, доста време бяхме на минус и Михаил беше на ръба да се откаже, но продължихме, защото вярвахме, че ще тръгне. Основният проблем беше, че районът, в който работим, си е селски район. Хората не знаеха какво е куриер, какво е да ти закарат на адрес пратката. Ние обаче се развихме с помощта на рекламната агенция, защото нашите клиенти ставаха клиенти и на Еконт. Тогава, а и сега във Велинград все още се усеща бумът в туризма и строителството на хотели. С влизането на която и да е фирма в града първо се търси реклама, а след това и куриерски услуги."

30

работни места осигурява куриерският бизнес на "Рубин комерс".

150-200

пратки на ден пристигат във всеки офис, приблизително такъв е и броят на изпратените. По време на кампании броят им се удвоява.



Поколения: Дъщеря ми също стана търговски партньор на Еконт и към момента има шест офиса в Хасково."
Михаил Михайлов

Невероятно, но факт: Досега не е имало случай с лошо отношение на наш служител към клиент, но се е случвало клиент да посегне на служител и да го удари, защото си бил поръчал яке, пък му пратили пуловер."
Галина Томова



✓ Рая започва работа в Еконт през 2001 г., през 2014 г. става търговски представител с 2 офиса.

Рая Иванова,
"АРИИ" ЕООД, Стара Загора



Ние не спираме работа по 24 часа. Нощните логистични центрове работят непрекъснато и често трябва да се решават критични ситуации в движение. Всичко е подчинено на идеята пратката да стигне максимално бързо до клиента." **Рая Иванова**

Не спираме

Рая Иванова, "АРИИ" ЕООД, Стара Загора

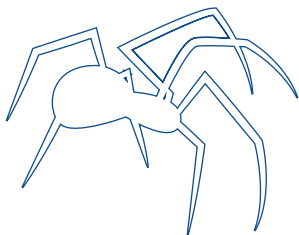
Всяко начало е трудно, но когато чувстваш зад гърба си подкрепата на компанията, нещата изглеждат различно. Когато започнах през далечната 2001 г., няхах представа какво е куриерският бизнес. Тогава пратките бяха между 5 и 7 на ден, а понякога само по една.

Започнах като администратор на офис на Еконт, учех се в движение на тънкостите в работата. Сега вече имаме център за обучение и през него преминават всички новоназначени.

През 2014 г. събрах смелост да

предложа да стана търговски представител. Еконт на практика ми даде един работещ бизнес. Направиха ми много добър вътрешнофирмен финансов лизинг за изкупуване на инвентара. Това беше огромна помощ. Трябваше да си направя фирма, да сключа договори със служителите. В началото беше трудно, защото не знаех нищо за частния бизнес. А моето търговско представителство започна с 20 служители...

За мен най-важно е човекът, когото наемам, да има изградена ценностна система, да може



Един клиент, който прибира пратката си, попитал: „Дали е жив още паякът?“ Оказало се, че е получил кутия с тарантула.

да се разчита на него. Избирам отговорни, честни хора, които са екипни играчи. Не е нормално да видиш, че колегата ти допуска в момента грешка по невнимание, а ти да си мълчиш и да не му казваш.

Може би съм прекалено възискателна, но нашата работа е отговорна, работим с база данни на клиенти, с пари.

Понякога лично разнасям пратки, защото искам да видя как вървят нещата и ако е необходимо, да предприема промени в организацията. Така открих, че стандартният таблет iPad тежи доста и това затруднява работата. Затова екипите вече работят с минитаблети.

25%

ръст на пратките в някои от
месеците на годината.



Като градинари: Получаваме много цветя. Грижим се за тях, особено в горещото време, за да ги предадем напълно свежи. Наскоро имахме дръвче магнолия."

веднъж

Толкова пъти за последните четири години е ходила на почивка Рая Иванова.

Михаил Младенов

един от първите куриери на Еконт, сега
търговски представител – фирма
“МИ транспорт” – София

Повечето клиенти не ни възприемат като куриери, а мислят, че сме служители на фирмата, която им изпраща грехите или техниката. Често се налага да консултираш някого, мерят грехи, обувки, искат съвет от нас.

Има възрастни хора в селата, които обслужваме, които дори не знаят как да си включат техниката, поръчана и платена от сина им например и доставена от нас. И ние им помагаме да си качат телевизора, да го монтират, да го включат, показваме им копчето.

Обслужвам слабо населени места, в които живеят възрастни хора. Особено през зимата те са много самотни. През лятото се връщат мнозина от града, които преоткриха селото, но през зимата в селата са предимно възрастни. За тях е голяма радост някой да им обърне внимание. За тях това е

събитие. Да видят друг човек, да поговорят. Променяш им деня на тези хора.

За възрастните и самотните, за трудно подвижните куриерът понякога е основната връзка със света – чрез него те получават стоки от първа необходимост, грехи, храни. Интернет и куриерските услуги са желязна комбинация.

Когато започвах, онлайн търговията беше нещо имагинерно. Но сега е част от живота, много хора не пазаруват по друг начин.

Работейки коректно, куриерът решава много социални проблеми, за които дори не подозира. Доставка е съчетана и със социална помощ. Решаваш нечий проблем. Без Еконт светът би бил по-друг, животът би бил по-труден.



Михаил Младенов

Ангел Величков

е също един от първите куриери на Еконт, сега партньор с фирмата си "Партньорс груп 74" ЕООД

Физическите лица преобладават сред клиентите ни, това донякъде е и наша заслуга, защото означава, че се представяме добре. С повечето хора сме дори приятели. Имаме клиент, който казва, че телефонът на личния му лекар и нашият телефон са в едно меню, защото сме му най-важни. И по-възрастни хора имаме като редовни клиенти – обикновено им доставяме лекарства.

Преди няколко години в квартал "Изток" отивам на адреса, вземам пратката и се оказва, че трябва да я кача на следващия етаж. Аз съм на втория, трябва да я

кача на третия етаж. Погледнах клиента, той казва, че няма нищо нередно. Качих се на третия етаж. Получателят отваря, разписва се. Дава ми други документи, които трябва да сваля на втория етаж. Почувствах се малко като в сюжет от скрита камера. Оказа се, че те са съседи, живеят един под друг, но имат махленска вражда и кореспондират само с куриер. Усетих, че трябва да направя нещо. Успях по някакъв начин да ги събера на стълбищната площадка между етажите и те си поприказваха. Почувствах се наистина добре от това, че помогнах за решаването на конфликта между тях.



Ангел Величков

Правила и философия на бизнеса





Въпросът какво пречи на бизнеса за мен не е логичен. Бизнесът в същността си използва пречките като предимство и дава решения. Ако обществото иска да получи даден резултат, то създава условия, при които бизнесът с методите си го постига. Методите в бизнеса са желязни и работят. Ако българите искат да имат добри пътища, казват законодателно, че обществото иска пътищата да са поддържани и е готово да плаща за това. Бизнесът се ориентира бързо и го прави. Ако обществото иска да има отлични болници, то казва, че иска болниците да са с най-високо квалифицирания персонал и техника. Бизнесът го предоставя. Ако обществото иска населението да е здраво, казва: не искаме хората да боледуват. И бизнесът осигурява мрежа от магазини за здравословна храна, фитнес програми и салони. Обществото поръчва, а бизнесът разполага с инструментите да изпълни поръчката. Ако не следваме тази логика, просто сме поставили магарето зад каруцата и се чудим защо не ни върви." **Николай Събев**

1. Да си почтен. Иначе хората няма да ти вярват.

2. Да си човечен. Иначе това, което правиш, няма да има смисъл за другите.

3. Да си интелигентен: всяко твое действие трябва да ти носи в бъдеще повече свобода. Иначе сам ще си създаваш драматични ситуации.

4. Да ти е хоби това, което правиш и искаш да правиш като бизнес.

5. Силно да те интересува дали го правиш най-добре и как го правят умните хора в света.

Уважение

"С всеки сме открити и честни. Създаваме трайни взаимоотношения с доверие.

Уважаваме всеки един, без изключение. Показваме, че зад думите ни стоят дела. Ценим дългосрочните отношения с всеки и постоянно се грижим да растем заедно."

Фамилен дух

"Работим заедно. Можем да разчитаме един на друг и това ни радва.

Заедно можем повече. Грижим се един за друг. С усилията, идеите и опита на всеки от нас постигаме целите си."

Стремеж към съвършенство

"Постигаме най-висок резултат с най-малко действия. Стремим се към перфектното. Винаги търсим повече и по-полезни решения. Така постигаме най-добър резултат само с толкова действия, колкото са нужни."

Иновативност

"Стремим се към израстване и знания. Готови сме да излизаме от "зоната на комфорт" за по-смислени решения в полза на всеки клиент.

Постоянно се развиваме и предизвикваме промяна. Търсим нови знания, учим се и тренираме, за да сме по-добри в работа си и по-поллезни за клиентите."

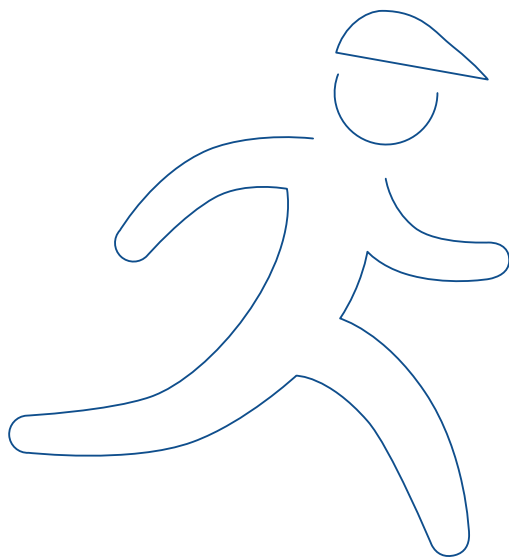
Еднонасоченост

"Работим с всичко такова, каквото е. Постигаме целите си вдъхновени, решителни и устремени.

Приемаме нещата такива, каквито са, и работим с тях, за да дадем най-доброто. Харесваме това, което правим, и влагаме цялото си сърце. Разбираме целта и сме твърдо решени да я постигнем. Знаем как и следваме една посока."

От нула до 140 млн. лева

Бизнесът в
числа и факти



Общността Еконт



3309

служители
в компанията



463

куриери



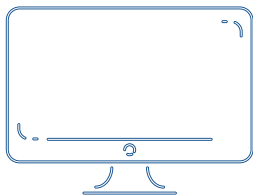
403

търговски
представителства (фирми)



59

мобилни
търговски партньори



+3000

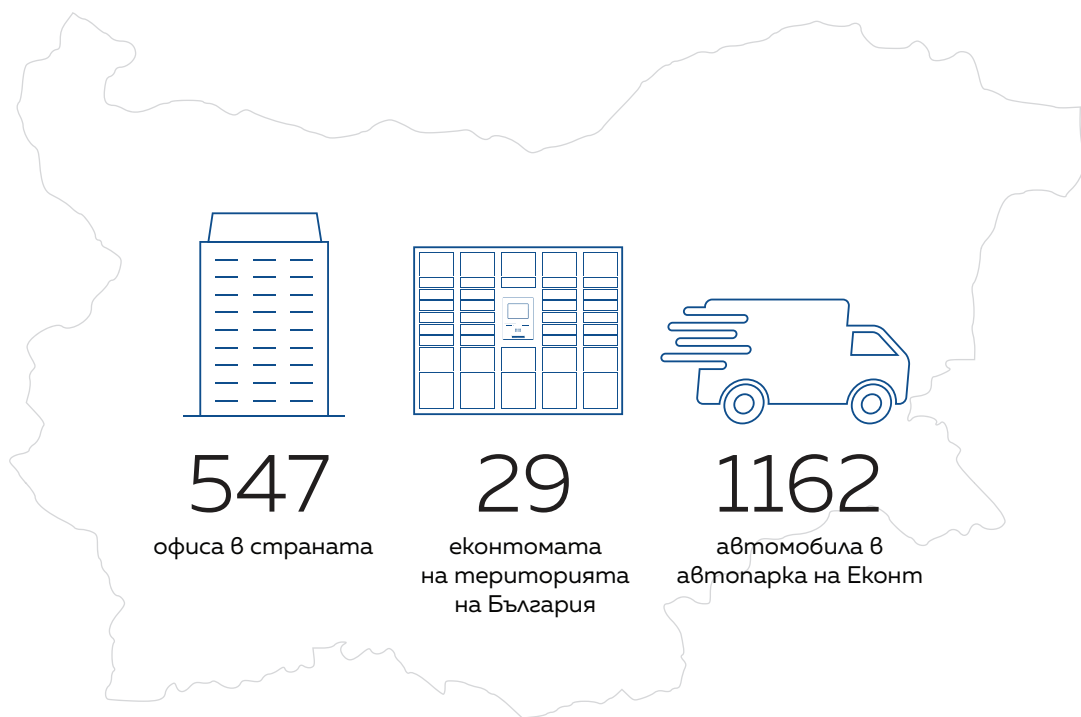
интернет търговци,
които работят с Еконт



+2 000 000

клиенти на Еконт

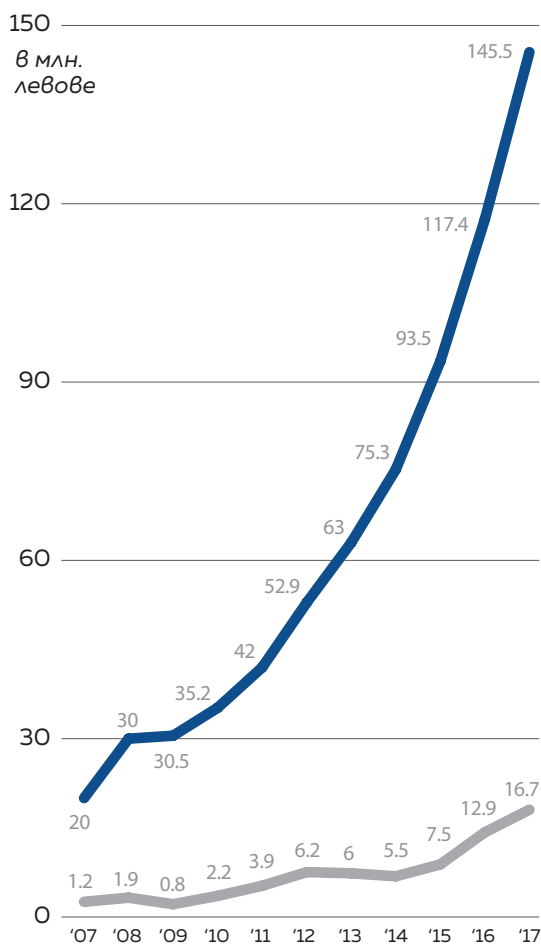
Близко до клиента



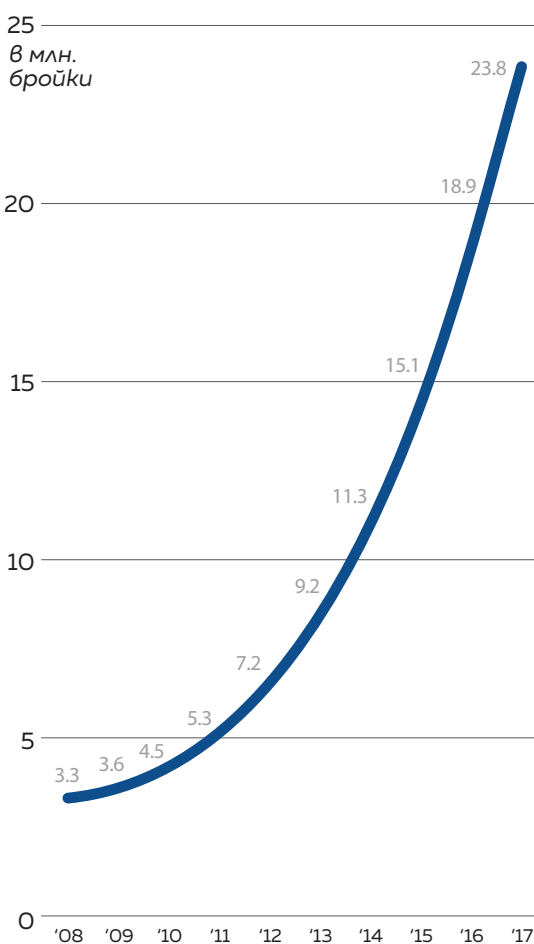
Как расте Еконт

Финансови резултати

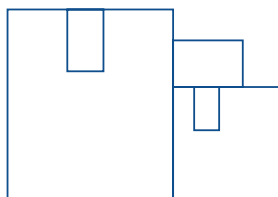
● приходи ● печалба



Количество пратки

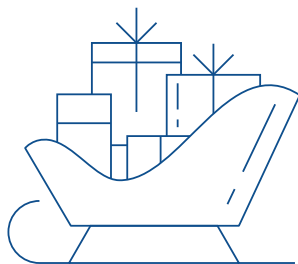


Източник: Еконт, Търговски регистър



10.7 млн.

са пратките само до
средата на май
през 2018 г.



заради коледните празници
най-натовареният месец за
доставки е декември, като
през 2017 г. те са били рекордните

2 528 206

Тежестта на бизнеса



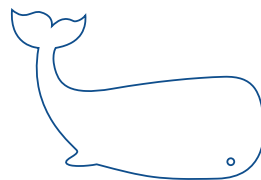
87238.9

тона са пренесените товари
само за 2017 г.



239

тона е средното тегло
на товарите за един ден



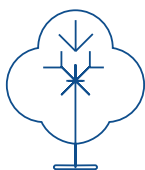
150-200

тона тежи за сравнение
най-голямото
животно на света -
синият кит

Най-нестандартни пратки



ляв сандал



дърво



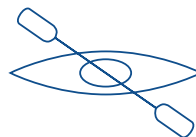
тарантула



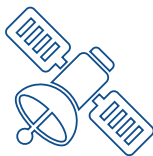
сурова патица



шест тащи
домашна баница
на баба



кану



сателити

Километри,
които един куриер изминава на ден

наг

100 km

(извънградско)

30 до
60 km

с кола

или

10 km

пеша



Еконт през годините



1993

На 13 юли Николай Събев и двама бизнесмени от Карлово и Варна се присъединяват към предприемаческата общност, която се развива от три години в България. Те създават Еконт Транс. Компанията се занимава със спедиция на международни и вътрешни пратки. Клиентите ѝ са български фирми, чиито основни пазари са руският и украинският.



1995-1996

Годините на натиск върху бизнеса. Мафиотски групировки и корумпирани чиновници опитват да завземат работещите бизнеси в страната. Еконт Транс също попада в полето на атаките, защото контролът върху нея означава контрол върху компания с добра доходност и влияние върху важни транспортни коридори. За да се предпази, компанията залага на строга бизнес дисциплина, прецизно изпълнение на договорите и безкомпромисно изрядни отношения с държавата.

Еконт през годините



1996

Към екипа на Еконт Транс се присъединява Павел Пенчев. Той е ключова фигура в развитието на бизнеса, а днес е прокурист на куриерската Еконт Експрес.



1997

Частният бизнес в България продължава да расте и да има висока производителност въпреки нестабилната политическа и финансова обстановка. В тази среда Еконт се развива успешно и създава алтернативни решения на процеси в логистиката.

Еконт през годините

Криза на руския пазар. Русия налага мораториум върху международните плащания и Еконт Транс не може да получи суми по сключени сделки за две години. Компанията изпада във финансови затруднения, а от нея си тръгват топ мениджърите. Тази криза предизвиква преосмисляне на бизнеса и създаване на по-устойчив модел на логистика, като залага на българския пазар.

1998



2000

Започват да се усещат първите сигнали за стабилизация на бизнес средата в България.

Старт на куриерската дейност на Еконт. Това се случва през регистрираната през 1997 г. фирма Еконт Експрес. Първоначално компанията работи само в шест града – Русе, София, Плевен, Пловдив, Варна и Бургас. Централният ѝ офис е в апартамент в столичния квартал "Лозенец". Гаражът към него е първият логистичен център, а Павел Пенчев съвместява длъжностите на куриер, търговец и изпълнителен директор. Още с влизането си в сегмента Еконт променя правилата. По това време тя е първата, която предлага услуга от и до офис на куриера, бързо след това са въведени и други непознати дотогава услуги като "Наложен платеж" и "Разпореждане".

Еконт през годините

Еконт Експрес прави първи стъпки към стратегически партньорства. В Сливен, Казанлък и Вудин започват да работят партньорски офиси.

Създаден е е-Еcont – първият електронен кабинет за управление на доставките от клиентите. Разработени са и модули за интеграция между онлайн магазините и Еконт и специален отдел, който се грижи услугата да е лесно достъпна в интернет.

2001

2006



2003

2007

Първи голям скок на бизнеса на Еконт Експрес. Компанията успява да спечели доверието на индивидуалните клиенти и фирмите. През тази година пратките, обслужени от нея, са 79 хил. броя спрямо хиляда през 2002 г.

Еконт получава лиценз за предоставяне на универсална пощенска услуга, а с него идват и ангажиментите за национално покритие.

Компанията започва да работи в Англия и Румъния. На английския пазар се обслужват основно български потребители, които правят покупки от местни онлайн магазини. В Румъния Еконт влиза заради нуждата на все повече бизнес клиенти, които искат да доставят стоки там.

Еконт през годините

Въведени са новите услуги –
"Споделяне на разноските", "Преглед,
тест и избор" и "Указание".

2010-2011



2008

Взето е решение за включването на повече партньори, които да управляват офисите.



2011

Куриер влиза в списъка с официално признатите професии в страната. Еконт има принос в това и е лицензирана да провежда обучения за професията.

Еконт през годините

Стартира програмата Партньори на Еконт. Партньорите стават част от общността Еконт и споделят общи ценности и растат заедно.

Създаден е и отделът "Център за знания на Еконт". Компанията започва социални проекти в подкрепа на знанието, част от които с Русенския университет и общинска фондация "Русе – град на свободния дух". Започва развитието и на Културен център Русе.

2012



Пътят на пратката



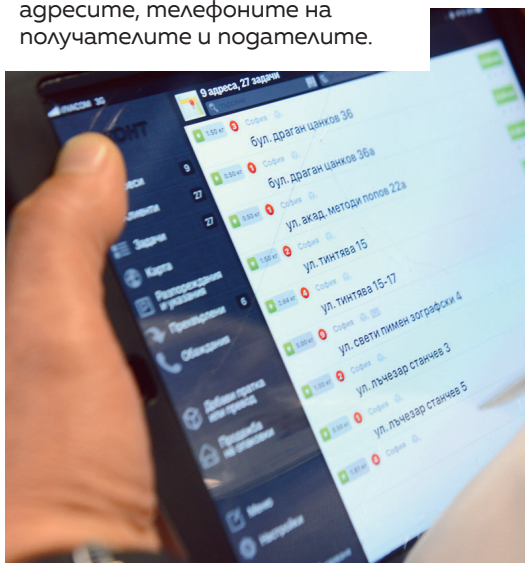
10 куриерски минути не се равняват на 10 астрономически. Винаги сме нащрек, че може да възникне някаква драма, умеем да решаваме проблемите в крачка. Породата на куриера се слави с всеотдайност – трябва да може да достави всяка една нестандартна пратка: без значение дали е цвете или стара пералня", казва **Ангел Величков**, един от куриерите в Еконт, с когото ще прекараме един ден.

Пътят на пратката

1 София, улица "Резбарска" 9, 6:30 сутринта. В най-големия логистичен център на Еконт куриерите вече пият първото си кафе, провеждат оперативката за деня и разделят пратките, които трябва да доставят.



2 9 адреса и 27 задачи чакат Ангел Величков. Той прави маршрута си за деня още докато пътува към логистичния център. През системата вижда адресите, телефоните на получателите и подателите.



3 Зоната на този куриер е около мол „Сердика“, „Изгрев“ и Sopharma Towers. „Ако куриерите не тръгнат най-късно в 8:15 от логистичния център, денят е обречен и няма да могат със задачите“, казва той.

Пътят на пратката

4 В 9:00 ч. пристигахме в болницата „Софиямед“, където оставяме протезите, дошли от Бургас. „Докторите разчитат на нашата точност до такава степен, че подготвят пациента за операция и излизат само да вземат пратката.“



5 Следващата точка е сградата на „Интерпрег“, където пратки има за почти всеки етаж. Освен служебна поща хората получават лични неща. „Вече имаме опцията „Преглед, тест и избор“. Понякога чакаме клиента да пробва двата чифта маратонки, които е поръчал, да избере по-хубавия и да върне другия“, казва Ангел. Това понякога утежнява графика му и после трябва да навакса. „10 куриерски минути не са 10 астрономически.“



6 Ангел работи от много години в Еконт и има собствен екип от 7 куриери. Росен Тодоров е един от тях. Известен е като Кмета на Дианабад, защото познава добре хората от поверения му квартал. Росен има подход и хората го обичат. Знае как да доставя сурови торти, без да се разпаднат – сладкарницата на Vanilla Kitchen е в неговия район.

Пътят на пратката

7 Предобег сме в Sofia Towers – честа спирка на куриерите. От заведенията се носят аромати, от които винаги се огладнява. Куриерите нямат време за обедна почивка. „Закусвам и вечерям. Това е. Ако през уикенда времето е било лошо, всички пазаруват онлайн. Тогава в началото на седмицата сме затрупани с пратки“, казва Ангел.



8 „Куриерът трябва да може да достави всяка нестандартна пратка, без значение дали е цвете или стара пералня.“ Дори трябва да провери дали мръсната вода е източена, защото хората често не се сещат.



10 А много често офисът се превръща в своеобразен магазин за грехи, в който клиентът може да пробва поръчаната стока. „Преди няколко години направихме тест да има проба в офисите, видяхме много бързо какъв е ефектът и в момента всички офиси на Екоонт се оборудват“, казва Тихомир Иванов. Услугата „Преглед, тест и избор“ е уникална на пазара и подпомага сериозно електронната търговия.

Пътят на пратката

9 12:00 ч., на адрес сме. Клиентта го няма, а Ангел му звъни по телефона. Клиентът не може да дойде и се разбират в кой от офисите да си вземе сам пратката.

Отправляме се към Студентски град, където управителят на офиса Тихомир Иванов ни разказва за спецификите на неговия район. Понеже студентите са често в движение и куриерите не могат да ги открият в общежитието, пратките най-често се получават от офис.



11 „При нас пристигат цели автобуси с пратки от Испания, които после разпределяме из страната. Честа гледка в офиса са и фиданките на „Разсади и пазари“, разказва управителят на офиса на София Военна рампа Миладин Новаков.



12 В офиса на Военна рампа идват и чупливи товари като душ кабини и оборудване за баня. Хората се доверяват, че тук ще бъдат опаковани внимателно.

Другият офис, на който Миладин Новаков е управител, София Илиянци. „Вече научих китайски и всякакви други екзотични езици. Голяма част от клиентите не говорят български.“

Идея



Концепция, управление
на проекта и реализация

STORiO
content marketing partners

(част от "Икономедиа")

Велислава Попова

Биляна Димова

Йордан Рашев

Автор:

Силвия Радославова

Редактор

Зорница Маркова

Редакционен екип

Десислава Лещарска

Тамара Вълчева

Мара Георгиева

Мартин Димитров

Сашка Панайотова

Ралица Николова

Арт директор:

Маглен Начева

Фотографи:

Цветелина Белутова

Слави Славов

Архив на Еконт

Прегледач:

КАПИТАЛ

Печат:

"Булвест Принт" АД, гр. Пловдив

Издателство

ВН

Всички права запазени.

Никаква част от тази книга не може да бъде възпроизвеждана или разпространявана под каквато и да е форма без предварително писмено разрешение от издателя.

Книгата може да изтеглите и онлайн на

www.econt.bg

www.capital.bg

ISBN 978-619-90239-5-2