Автор: Administrator
13.09.2015 22:02 -

Обзор рынка грузоперевозок в Москве

Открыть компанию по грузоперевозкам не сложно, но для ее прибыльной работы нужно взять за основу какой-то один район. Для этого нужно провести мониторинг аналогичных компаний, сделать анализ и составить свой бизнес-план грузоперевозок.

Мониторинг компаний-конкурентов

Для проведения качественного мониторинга нужно выбрать около ста различных компаний, занимающихся грузоперевозками. Данные по ним следует учитывать при составлении бизнес-плана организации перевозок грузов.

Это легко можно сделать, благодаря сети интернет, просмотрев компании, работающие в этой области, прочитав отзывы. Из всего количества только 30-40 %составят реальную конкуренцию вашему будущему предприятию. И только не больше десяти компаний

окажутся действительно крупными перевозчиками, соревноваться с которыми можно лишь в случае миллионных вложений.

Рынок грузоперевозок в Москве

При стандартном пакете предоставляемых услуг, большая доля всего рынка грузоперевозок перепадает на ведущие компании – 45%.

Немного меньше – 25%, распределяется по компаниям, которые работают давно, в границах одного района и по компаниям с постоянными объемами.

15 % перевозок приходится на компании, работающие в одном направлении и с аналогичными грузами.

10 % всех заказчиков обслуживают частные перевозчики, которые имеют собственный грузовой транспорт.

4 % являются случайными перевозками (помощь друзей, знакомых).

1 % - плавающая часть рынка грузоперевозок. Данный процент может быть отнесен к любой части, все зависит от обстоятельств. Эта доля перевозок может попасть как к случайным перевозчикам, так и крупным.

Тщательно проанализировав рынок, можно ввести дополнительную услугу в том направлении, которое сможет забрать себе этот плавающий 1 %. Это уже будет маленькой победой.

База клиентов

Перед тем, как начинать работать, необходимо создать предполагаемую клиентскую базу. Нужно определиться с тем, на кого будет работать компания (целевая аудитория) и составить эту самую клиентскую базу.

Для этого не нужно дополнительных затрат. Всего-навсего необходимо вносить в базу данных название и координаты предприятия-заказчика, его заказ.

Это необходимо для того, чтобы можно было отследить динамику работы.

Реклама

Обязательно нужна реклама, которую необходимо размещать в тех местах, где есть целевая аудитория.

Это должны быть места самого большого посещения потенциальных клиентов (сайты, например). Провести анализ и выявить самые эффективные методы рекламы и работать в этом направлении.

Транспорт

У компании, осуществляющей перевозки, должен быть транспорт, учитывающий планпо грузоперевозкам. Также необходимо дополнительное оборудование: различный инвентарь, тросы, крепления.

Планируя покупки, учитывайте расходы на износ и амортизацию оборудования. Имея постоянные большие заказы, можно будет постепенно приобретать дополнительный транспорт.