

Формирование имиджа транспортной организации

Цель работы: выявить составляющие имиджа транспортной организации и разработать анкету с целью оценки сложившегося имиджа по одной из его составляющих.

Теоретические основы работы

Образ транспортной организации – это взгляд на фирму "изнутри", со стороны работников организации.

Имидж транспортной организации – это представление о фирме "снаружи", с позиции деятелей рынка: клиентов, конкурентов, поставщиков, посредников и т.п.

Существует **2 подхода в формировании имиджа организации:**

- 1) точно определить, что собой представляет организация, и, если этот образ позитивный, донести эту информацию до работников и клиентов;
- 2) выявить, какой хочет быть организация, и работать над созданием желаемого образа.

Следует отметить, что над формированием имиджа необходимо работать целенаправленно, поскольку имидж организации, созданный случайным образом спонтанно, является фрагментарным, а поэтому малоэффективным.

Имидж транспортной организации складывается из ряда составляющих:

1. **Образ транспортной услуги:** цена, система оплаты, система скидок, качество оказания услуги, спектр предоставляемых услуг, организация хранения груза, погрузочно-разгрузочные работы, доставка груза от двери до двери, новизна транспортных средств, компетентный и доброжелательный персонал, грамотная подготовка сопроводительной документации, гарантии, предоставление информации о нахождении груза, соблюдение сроков доставки, положительные отзывы клиентов и т.д.

2. **Имидж персонала:** высокий уровень квалификации, компетентности, культуры, доброжелательности, стрессоустойчивости, пунктуальности, преданность интересам транспортной организации, презентабельность, коммуникативные навыки, инициативность, умение быстро принимать решение и нести за них ответственность, стремление к профессиональному росту, владение иностранными языками и т.д.

3. **Имидж руководства:** наличие лидерских качеств, презентабельный внешний вид, уважение со стороны коллег, уважительное отношение к работникам, учет мнений работников, личное общение с VIP-клиентами, контроль за качеством услуг, высокая работоспособность, целеустремленность, умение вести переговоры, умение располагать к себе людей, эмоциональная устойчивость, креативность, профессиональная компетентность, создание возможностей для карьерного роста работников, вложение денежных средств в обучение персонала и развитие организации, стратегическое видение и т.д.

4. **Корпоративная культура:** дресс-код, соблюдение корпоративной этики, развитие профессионального мастерства работников, взаимовыручка, взаимозаменяемость, поддержка, совместные усилия для достижения поставленной цели, укрепление корпоративного духа, осознание важности решаемых задач, соблюдение традиций транспортной организации, организация корпоративного отдыха, поощрение лучших работников, организация профессиональных конкурсов и т.д.

5. **Материально-техническая база:** современное оснащение офиса, современное программное обеспечение, современная техника, наличие современного парка транспортных средств, наличие сайта, современный дизайн помещения, средства для погрузки-разгрузки, средства автоматизации производства, наличие необходимого оборудования для ремонта транспортных средств, наличие на территории складских помещений, наличие автозаправочных станций, наличие филиалов, своевременное переоснащение оборудования и т.д.

6. **Бизнес-составляющая:** реклама, участие в выставках, программы лояльности, кредитование, гибкость ценовой политики, широкий спектр предлагаемых услуг, использование инновационных технологий, проведение культурных мероприятий, участие в тендерах, стабильность, надежность и т.д.

7. **Фирменный стиль:** фирменный знак (логотип), цвета фирменного стиля, лозунг, слоган, форма одежды, дизайн транспортных средств, визитная карточка, сувенирная продукция, интерьер офиса с использованием фирменного цвета, наличие рекламного брендбука и т.д.

Содержание работы

1. Выявить составляющие имиджа транспортной организации.

2. Разработать анкету для оценки сложившегося имиджа по одной из его составляющих (по вариантам).

Представлен пример некоторых вопросов анкеты для оценки сформированности имиджа транспортной организации по составляющей "фирменный стиль". При этом вопросы могут быть адресованы как работникам организации, так и деятелям рынка (клиентам, посредникам и т.п.).

1. Известен ли Вам логотип нашей организации?

2. Возможно ли определить сферу деятельности нашей организации по ее логотипу?

3. Достаточно ли он узнаваем?

4. Удовлетворяет ли Вас дизайн одежды работников и ее цветовое решение?

5. Какие особенности фирменного стиля, на Ваш взгляд, выделяют нашу организацию на фоне остальных?

6. Какие фирменные шаги предпринимает организация для привлечения клиентов?

7. Какие дополнительные услуги оказывает организация в отличие от других компаний?

8. Использует ли организация транспортные средства одной марки и модели, оформленные в едином цветовом решении?
9. Имеется ли у организации презентабельный брендбук?