

Obsesja na punkcie klienta

Amabots wypełniają misję



■ Prof. dr hab. Wojciech Paprocki
Szkoła Główna Handlowa

Kiedy w trzecim roku działalności spółki Amazon.com Jeff Bezos skierował do ówczesnych akcjonariuszy list, napisał w nim osiem ważnych punktów, które można uznać za treść misji firmy. Każda zdefiniowana zasada wydała się w 1997 r. niezwykle ważna. Po dziewiętnastu latach żadna z nich nie straciła na swojej aktualności.

Z wypowiedzi członków kierownictwa Amazon.com, które można było usłyszeć podczas różnych konferencji biznesowych, jesienią 2016 roku w Europie, można odczytać satysfakcję z realizacji tej misji i z uzyskiwanych wyników.

Obsess over customers!	Zadbajmy o klientów!
Think long term	Myśl długoterminowo
Invent, test and measure	Wymyślaj, próbuj i oceniaj
Learn from both successes and failures	Ucz się na sukcesach i porażkach
Make bold bets	Podjmuj śmiałe wyzwania
Spend wisely	Wydawaj pieniądze roztropnie
Focus decisions on maximizing future cash flows	Koncentruj się na decyzjach, które zapewnią maksymalne obroty gotówkowe w przyszłości
Hire great people - make them owners	Zatrudniaj wielkich ludzi - zrób z nich współwłaścicieli

Misja Amazon

Realizacja misji Amazon.com przyniosła oczekiwane efekty dopiero po wielu latach konsekwentnego działania. Założyciel i szef zmierza do wyznaczonego celu i wypełnia nieprzerwanie swoje obowiązki. Jego kariera nie jest typu „sukces w jeden wieczór albo w jeden sezon”. Aby zyskać uznanie ze strony milionów klientów na dwóch kontynentach: Ameryce Północnej oraz Europie Zachodniej, a także w globalnym świecie wirtualnym, zabiegał o postępowanie zgodnie z hasłem „obsess over customers”. Ale ta obsesja – stan permanentnego zaangażowania na rzecz swoich klientów – wiązała się z wdrażaniem żelaznej dyscypliny w kształtowaniu i realizacji procesów operacyjnych, czyli z hasłem „spend wisely”. Spółka Amazon.com błędnie jest porównywana do liderów gospo-

darki wirtualnej, m.in. do Google, Apple i Facebook. Odmienność Amazon.com wynika z ważnej cechy – jest to podmiot, który samodzielnie wykonuje operacje w świecie realnym, czyli „analogowym”, bezpośrednio służące kreowaniu serwisu w świecie wirtualnym. W Polsce mamy tego namacalne dowody: pod Poznaniem i Wrocławiem funkcjonują centra logistyczne, gdzie Amazon.com jest pracodawcą, a towary przechodzące przez te centra są kupowane od dostawców z całego świata i sprzedawane przez tę spółkę konsumentom w różnych regionach świata.

Lean nie lean

Wiele przedsiębiorstw kształtując swoje łańcuchy dostaw, deklaruje, że stosują koncepcję zarządzania „lean management”. Obserwując sposób funkcjonowania tych przedsiębiorstw, można zauważyć, że od planu do praktyki droga nie jest prosta, a uzyskiwane efekty często znacznie odbiegają od zakładanych wartości. Perfekcja w działaniu i jednocześnie konsekwentne redukcje kosztów operacyjnych warunkują sukces. To, co łatwo się opisuje, niezwykle trudno jest zrealizować. Im lepsze efekty udaje się uzyskać, tym bardziej kontrowersyjne stają się zastosowane metody. Praktyka Amazon.com jest przedmiotem oceny, przy czym w wielu publikacjach spotyka się opinie negatywne. Przejawem emocjonalnego stosunku do praktyk wprowadzanych w zakładach pracy należących do amerykańskiej spółki jest wprowadzenie pojęcia Amabots.



Amabots

Między pracodawcą a pracobiorcami relacje są złożone. Każdy, kto ubiega się o pracę w Amazon.com, wie lub powinien być świadomy, że stanie się członkiem zespołu walczącego o pierwsze miejsce na globalnym rynku e-commerce. Uczestnictwo w drużynie mistrzowskiej wymaga szczególnej mobilizacji oraz gotowości do wykorzystania indywidualnych zdolności i sił, w sposób najbardziej przydatny z punktu widzenia efektów osiągniętych przez cały zespół. Dlatego określenie Amabots nie wiąże się z kolorem kołnierzyka. Potrzebni są zaangażowani pracownicy i menedżerowie różnych szczebli (w białych kołnierzykach) oraz pracownicy na stanowiskach operacyjnych (w niebieskich kołnierzykach), gdzie wymaga się sprawności i dokładności oraz dużego wysiłku fizycznego.

* Pojęcie Amabots odnosi się do tych pracowników, którzy poddali się bardzo rygorystycznej dyscyplinie realizacji poleceń dotyczących wykonywania prostych i powtarzalnych czynności w miejscu pracy. Pierwsza część tego pojęcia „Ama” odnosi się do amerykańskiego operatora handlu, który coraz częściej korzysta z incurcingu w sferze logistyki – Amazon.com. Druga część „bots” nawiązuje do słowa „robots”, czyli urządzeń wyposażonych w systemy autosterowania, które są zdolne do autoprogramowania swojej aktywności i jej realizacji, a także do reagowania na określone zdarzenia w otoczeniu, co prowadzi do skorygowania lub zatrzymania aktywności tych urządzeń.

Wyzwania e-commerce

Współczesne wyzwania stawiane przed zespołem mistrzowskim, który działa na zachodniej półkuli, są związane z osiągnięciami liderów rynku na wschodniej półkuli. Przedsiębiorstwo Alibaba będące liderem e-commerce na rynku chińskim i tym samym największym rywalem Amazon.com na rynku globalnym, 11 listopada 2016 r., czyli w Dniu Singli, przyjęło do realizacji zlecenia o łącznej wartości prawie 18 mld USD. Fala porannych zakupów była tak duża, że połowę tej kwoty konsumenci wydali zaledwie w pięć godzin. System internetowy musiał sprostać obsłudze milionów transakcji. Amazon.com podczas ostatniej wielkiej akcji zakupowej w USA trwającej pięć dni, od dnia Thanksgiving do Cyber Monday, obsłużył transakcje o wartości poniżej 10 mld USD.

To, co w świecie wirtualnym wymaga ogromnej sprawności systemów informatycznych, bezzwłocznie, po zarejestrowaniu zleceń, zamienia się w zadania operacyjne w łańcuchu dostaw, które należy wykonać w świecie realnym. Aby konsumenci osiągnęli oczekiwaną przez nich satysfakcję, trzeba użyć najlepszych technologii z optymalnie dobranymi zasobami kadrowymi. W takich dniach bez Amabotów nie ma szans na osiągnięcie wyznaczonych celów i realizację misji. ■

*A. Lobe: Roboter. Wir Automaten, Die Zeit nr 35 z 18.08.2016

<http://www.zeit.de/2016/35/roboter-kuenstliche-intelligenz-anpassung-menschen>

Szybkie & elastyczne rozwiązania dla Twojego rozwoju



One-Stop E-Commerce

- Logistyka B2C
- Obsługa Klienta
- Obsługa finansowa
- Rozwiązania IT



Logistyka B2B



Omnichannel