



**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

**Доклад к ВКР: «Развитие механизмов мониторинга
удовлетворенности и лояльности клиентов на базе цифровых
технологий»**

Уважаемые члены комиссии! Вашему вниманию предлагается выпускная квалификационная работа на тему: «Развитие механизмов мониторинга удовлетворенности и лояльности клиентов на базе цифровых технологий» (слайд 1)

Цель и задачи исследования (слайд 2)

Цель исследовательской работы заключается в изучении особенностей использования цифровых инструментов мониторинга удовлетворенности клиентов и разработке практических рекомендаций для компании транспортно-логистических услуг (на примере ООО «СМК-Стандарт»).

В соответствии с поставленной целью были сформулированы следующие задачи:

1. Изучить основные аспекты, теоретические подходы, связанные с пониманием сути потребительской удовлетворенности;
2. Описать современные цифровые инструменты, используемые для мониторинга потребительской удовлетворенности;
3. Провести анализ деятельности компании ООО «СМК-Стандарт» в сфере транспортно-логистических услуг;
4. Выяснить, насколько клиенты компании «СМК-Стандарт» удовлетворены, используя эмпирические исследования с применением цифровых технологий;
5. Разработать рекомендации по применению цифровых инструментов для оценки удовлетворенности потребителей компании «СМК-Стандарт».

Объект и предмет исследования (слайд 3)

Объектом исследования была выбрана транспортная компания ООО «СМК-Стандарт». Предметом данного исследования выступают современные цифровые технологии, используемые для мониторинга потребительской удовлетворенности.

Актуальность темы исследования (слайд 4)

На сегодняшний день, в условиях глобальных экономических, социальных и эпидемиологических вызовов для большинства компаний, проблема работы с потребительской лояльностью актуальна как никогда ранее. В связи с масштабной пандемией коронавируса и последующими

экономическими потрясениями, для многих брендов привлечение и удержание клиентов стало важной частью в различных сферах деятельности.

Как замечает Ф. Котлер «главная задача сегодня заключается не в том, чтобы насытить потребительский спрос, – это легко сделают многие из конкурентов, – а в том, чтобы приобрести постоянных клиентов». Обсуждаемые выше тезисы актуальны в сфере транспортных услуг, где потребители отличаются высокой требовательностью и крайней избирательностью.

Важность мониторинга удовлетворенности клиентов в транспортно-логистических услугах обусловлено обострением конкуренции, появлением дефицитов спроса и ростом коммуникационных затрат. При динамичном развитии рынка и усложненных внешних условий, система оценки удовлетворенности клиентов, является одним из важнейших инструментов повышения конкурентоспособности компании, работающих на этом рынке.

В настоящее время многие теоретические и методические аспекты управления отношениями с потребителями недостаточно исследованы. Для повышения эффективности управления отношениями с потребителями, а также увеличения конкурентоспособности компании, необходимо использовать современные цифровые методы мониторинга и анализа.

Понятие потребительской удовлетворенности (слайд 5)

С каждым годом все больше организаций из различных сфер перераспределяют усилия и ресурсы с поиска новых клиентов на удержание существующих. Ключевым условием для этого является повышение потребительской удовлетворенности.

В настоящее время существует большое разнообразие подходов к пониманию потребительской удовлетворенности. Основываясь на результатах анализа многочисленных источников, можно предложить следующее определение: удовлетворенность потребителя представляет собой

сопоставимость ожиданий до приобретения товаров/услуг и полученным впоследствии опытом, и впечатлениями, которая впоследствии приводит к готовности человека делать выбор в пользу предложений конкретной компании на основе рациональных и эмоциональных выгод.

При этом, ранжировать удовлетворенность клиентов можно по следующим уровням: случайный клиент, клиент, постоянный клиент, приверженец.

Возможности цифрового мониторинга потребительской удовлетворенности (слайд 6)

Для реализации маркетинговых задач на сегодняшнем этапе развития технологий доступны следующие возможности цифрового мониторинга потребительской удовлетворенности:

- работа с отзывами на официальном сайте компании, тематических форумах, сервисах рекомендаций, агрегаторах отзывов;
- онлайн-панели респондентов;
- проведение опросов и анкетирование посредством сетевых технологий;
- анализ поисковой выдачи по релевантным запросам;
- анализ пользовательского контента (UGC), генерируемого в социальных сетях и блогах;
- проведение интервью с фокус-группами посредством сервисов видеосвязи.

Цифровые инструменты мониторинга имеют ряд весомых преимуществ для организаций и предприятий: меньшая стоимость по сравнению с оффлайн-инструментами; более искренние ответы и более эффективное самораскрытие респондентов, что объясняется дистанционным форматом и субъективным ощущением анонимности; возможность провести мониторинг

в более короткие сроки; возможность масштабировать исследование на аудиторию из различных городов, стран.

Характеристика деятельности транспортно-логистической компании ООО «СМК-Стандарт» (слайд 7)

Для исследования была выбрана компания ООО «СМК-Стандарт», годом ее основания является 2013. ООО «СМК-Стандарт»- это современный логистический агрегатор для быстрого поиска и аренды спецтехники и коммерческого транспорта. Основным направлением деятельности организации является оказание транспортных услуг, преимущественно грузоперевозки, на территории России и других стран СНГ. В штате компании числится свыше 40 специалистов. Организационная структура включает 9 представительств, расположенных в разных городах России. Наиболее сильными сторонами компании «СМК-Стандарт» являются такие факторы, как высокое качество транспортных услуг и эффективная ценовая политика. ООО «СМК-Стандарт» на сегодняшний день является крупным игроком на рынке транспортно-логистических услуг России.

Анализ методов и технологий, применяемых в компании ООО «СМК-Стандарт» для мониторинга потребительской удовлетворенности (слайд 8)

В своей деятельности ООО «СМК-Стандарт» применяет несколько программных решений для организации работы, взаимодействия с клиентами и решения задач учета. Программы, используемые в компании: 1С Предприятие, Roistat, AmoCRM.

Проанализировав программу лояльности в ООО «СМК-Стандарт», были выявлены слабые места в работе, а именно: не видно структурированный результат проверки лояльности клиентов в виде

графиков и таблиц с ответами на вопросы, в связи с этим отсутствует понимание руководством компании результатов мониторинга (то есть руководство не может просматривать, сколько клиентов и как ответили на конкретные вопросы и как эти ответы меняются от месяца к месяцу); менеджеры не ведут учет ответов на вопросы; вопросник не подходит для детальной оценки лояльности клиентов.

Анализ удовлетворенности потребителей ООО «СМК-Стандарт» (слайд 9)

В проведенном исследовании изучалась текущая удовлетворенность потребителей компании «СМК-Стандарт» посредством анкетирования с помощью использования цифровых инструментов, а именно: интернет-портал проведения социологического исследования (www.survio.com/ru); интернет-сайт компании; аккаунты компании в социальных сетях. При проведении анкетирования клиентов в указанных каналах было опрошено 100 человек.

С помощью данных мониторинга удовлетворенности потребителей «СМК-Стандарт», большая часть клиентов (60-70%) демонстрируют высокий уровень удовлетворенности от сотрудничества с компанией. Несмотря на это, достаточно значительная часть клиентов нуждается в дополнительной информационной работе: выявлении причин неудовлетворенности, работа с возражениями, нейтрализация негатива и т.д.

Мероприятия по совершенствованию мониторинга удовлетворенности потребителей с помощью цифровых инструментов в ООО «СМК-Стандарт» (слайд 10)

В результате проведенного исследования, были предложены рекомендации по улучшению мониторинга удовлетворенности потребителей

с помощью цифровых инструментов, такие как: проведение анкетирования и опросов в социальных сетях, организация экспертных и фокус-групповых интервью на видеоплатформах, мониторинг пользовательского контента, применение цифровых инструментов обработки данных.

В рамках внедрения предлагаемых мер, направленных на улучшение мониторинга удовлетворенности «СМК-Стандарт», рекомендуется провести в несколько этапов: целеполагание, планирование, мониторинг и оценка программных продуктов, подготовка к внедрению, собственно внедрение и оценка эффективности мероприятий.

Вывод (слайд 11)

Предложенные мероприятия по улучшению мониторинга удовлетворенности потребителей с помощью цифровых инструментов компании ООО «СМК-Стандарт» приведет к увеличению охвата рынка и повышению эффективности работы организации.

Доклад окончен. Спасибо за внимание! (слайд 12)