

Название учебного заведения

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

Выполнил: _____

Проверил: _____

2023 г.



Цель и задачи исследования

обычный клиент



лояльный клиент

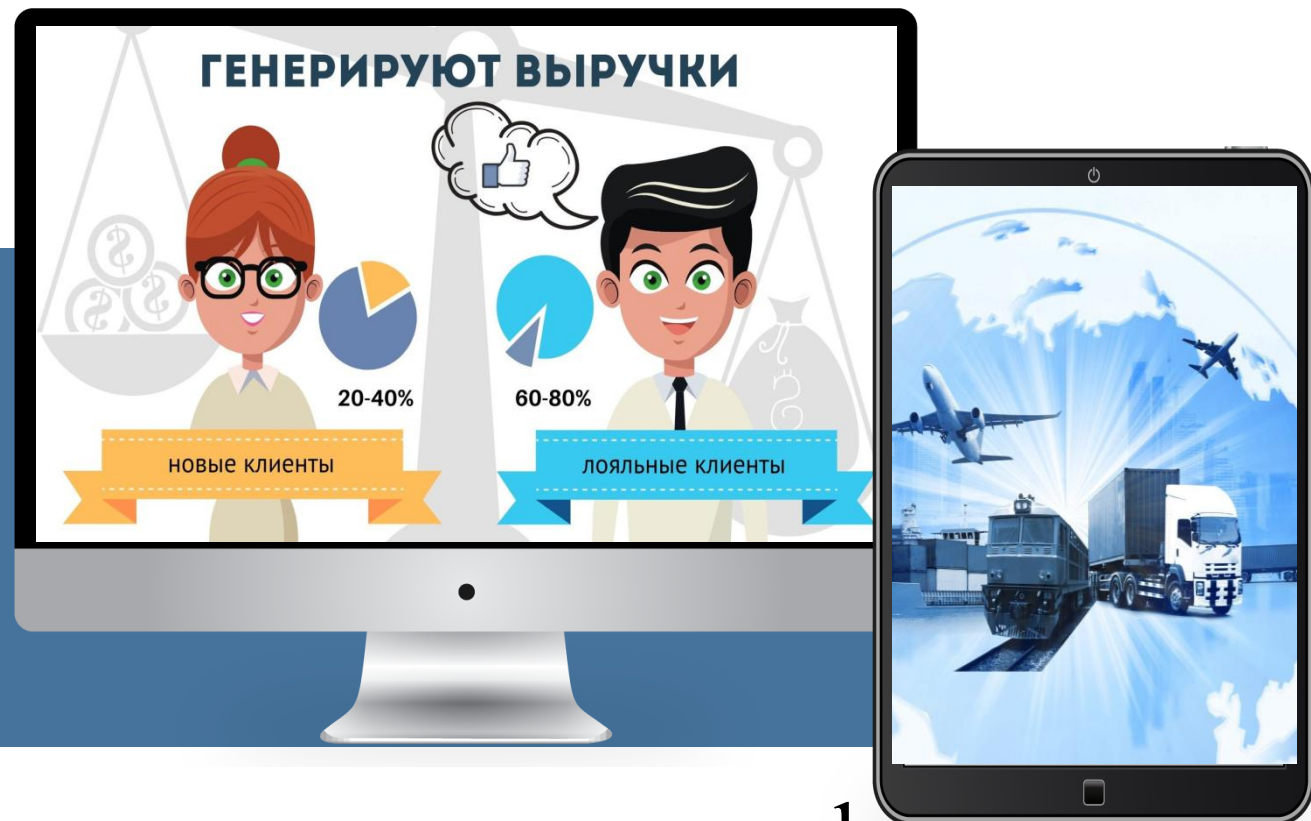


Цель- изучение особенностей использования цифровых инструментов мониторинга удовлетворенности клиентов и разработке практических рекомендаций для компании транспортно-логистических услуг (на примере ООО «СМК-Стандарт»).

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

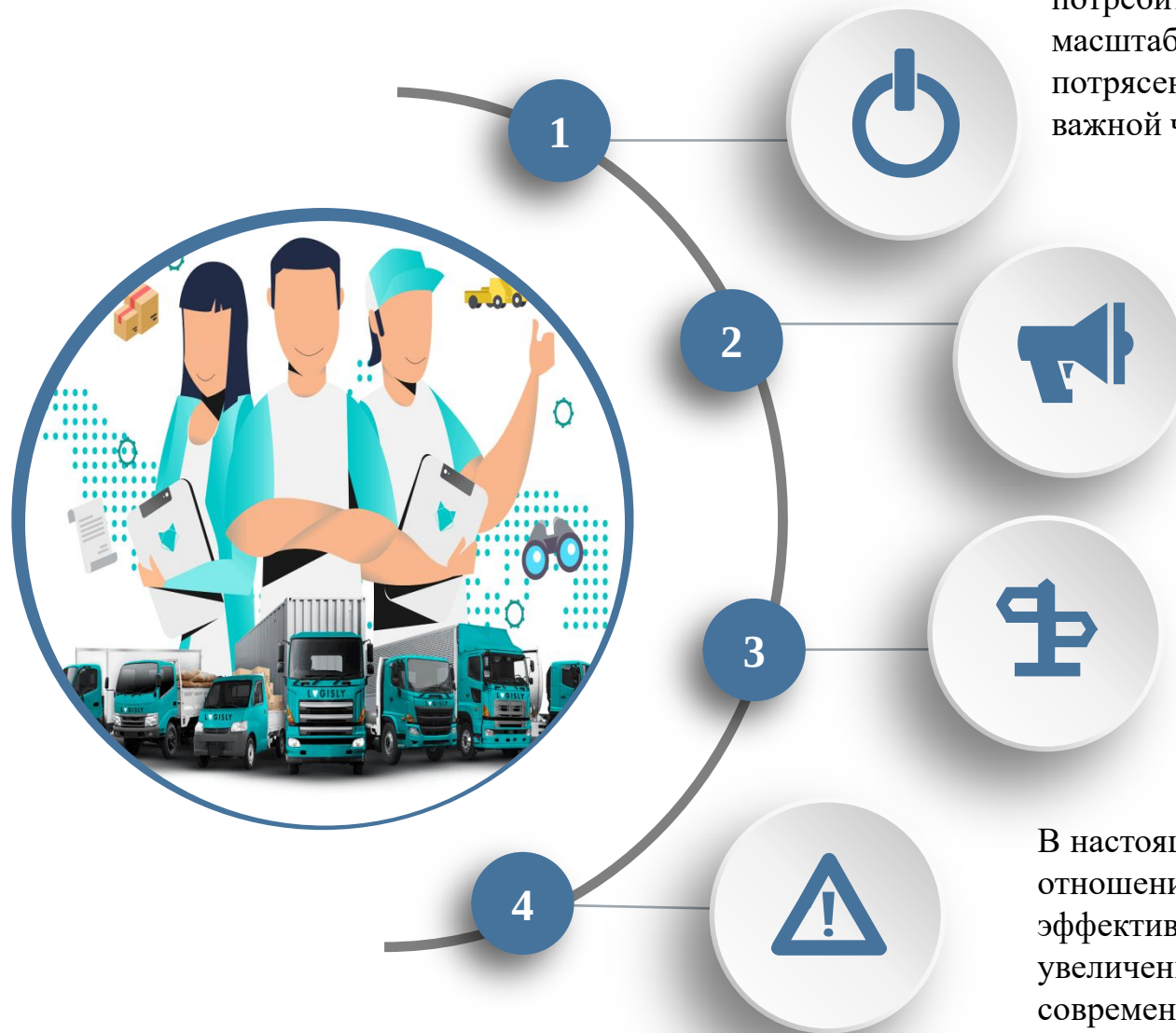
Объект и предмет исследования

Объект исследования-
транспортная компания
ООО «СМК-Стандарт».



Предмет исследования- современные цифровые
технологии, используемые для мониторинга
потребительской удовлетворенности.

Актуальность темы исследования



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

Таблица 1 – Основные научные подходы к определению потребительской удовлетворенности

Год	Определение	Автор
2000	Устойчивый образ действий и эмоций в отношении конкретного бренда, сложившийся в процессе взаимодействия с ним	J. Hofmeur
2003	Добровольное и осознаваемое решение о выборе товаров одной и той же марки	Андреев А.Г.
2004	Позитивное восприятие продукции потребителем, представляющее собой синтез эмоционального и рационального восприятия	А. Нейман
2012	Устойчивое положительное отношение потребителя к марке, связанное с регулярным потреблением товаров и услуг организации	Д.П. Эль-Смайли
2020	Все эмоции и опыт, под действием которых клиента может задуматься о повторном приобретении определенного продукта или услуги определенного же бренда	Аренков И.А., Константинова О.А., Аренков Ф.И.

Случайный клиент

-покупатель, впервые купивший продукцию бренда на основании стихийного импульса.

Клиент

-покупатель, который приобретал товары или услуги компании неоднократно.

Постоянный клиент

-покупатель, который приобретает продукцию бренда не от случая к случаю, а систематически.

Приверженец

-подлинно лояльный клиент компании.

Возможности цифрового мониторинга потребительской удовлетворенности



Преимущества цифровых инструментов мониторинга:

- 01 Меньшая стоимость по сравнению с офлайн-инструментами ;
- 02 Более искренние ответы и более эффективное самораскрытие респондентов, что объясняется дистанционным форматом и субъективным ощущением анонимности;
- 03 Возможность провести мониторинг в более короткие сроки;
- 04 Возможность масштабировать исследование на аудиторию из различных городов, стран

01

Работа с отзывами на официальном сайте компании, тематических форумах, сервисах рекомендаций, агрегаторах отзывов;

02

Онлайн-панели респондентов;

03

Проведение опросов и анкетирование посредством сетевых технологий;

04

Анализ поисковой выдачи по релевантным запросам;

05

Анализ пользовательского контента (UGC), генерируемого в социальных сетях и блогах;

06

Проведение интервью с фокус-группами посредством сервисов видеосвязи

Характеристика деятельности транспортно-логистической компании ООО «СМК-Стандарт»

2013

2016-

2019

2020

Год основания

Открыты филиалы в
Екатеринбурге, Красноярске, Иркутске и Новосибирске.

Открыты зарубежные представительства:
Республика Казахстан, Республика Беларусь

Таблица 1 – Конкурентный анализ компании «СМК-Стандарт»

Показатель	«СМК-Стандарт»	«Газелькин»	«Транс-Логистик»	ИП Васильев
Цена услуг	Варьируется в зависимости от перевозимого груза	Варьируется в зависимости от перевозимого груза	Цена стабильна на перевозку любого продукта	Цена стабильна на перевозку любого продукта
Собственный автопарк	Есть	Есть	Нет	Нет
Возможность онлайн оформления	Есть	Есть	Есть	Нет
Международная логистика	Есть	Есть	Нет	Нет
Доставка по РФ	Есть	Есть	Есть	Есть
Доставка с температурным режимом	Наличие машин с рефрижераторами	Наличие машин с рефрижераторами	Наличие машин с рефрижераторами	Наличие машин с рефрижераторами
Рекламная активность	Реклама в интернете, визитки, холодный обзвон менеджеров	На автомобиле, визитки, реклама в интернете	Реклама в интернете	Реклама в газетах, журналах, интернете

Услуги компании ООО «СМК-Стандарт»: грузовые перевозки

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

Программные решения для организации работы, взаимодействия с клиентами и решения задач учета:

1С Предприятие — комплексный инструмент, автоматизирующий оперативный и управленческий учет, предоставляющий функционал для анализа и планирования коммерческой деятельности, повышения эффективности менеджмента;

Roistat, сервис сквозной аналитики, помогающий собрать данные из рекламных площадок;

AmoCRM, взаимодействие с клиентом, управление продажами, понимающий интерфейс для работы менеджера



Слабые места программы лояльности:

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.



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

Таблица 1 - План-график внедрения предложенных мероприятий

Мероприятия/ Сроки	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
Этап целеполагания	+					
Этап мониторинга и оценки	+					
Подготовительный этап		+	+			
Этап внедрения				+	+	
Этап эффективности						+



Проведение анкетирования и опросов в социальных сетях



Организация экспертных и фокус-групповых интервью на видеоплатформах



Мониторинг пользовательского контента



Применение цифровых инструментов обработки данных.

Анализ удовлетворенности потребителей компании ООО «СМК-Стандарт»

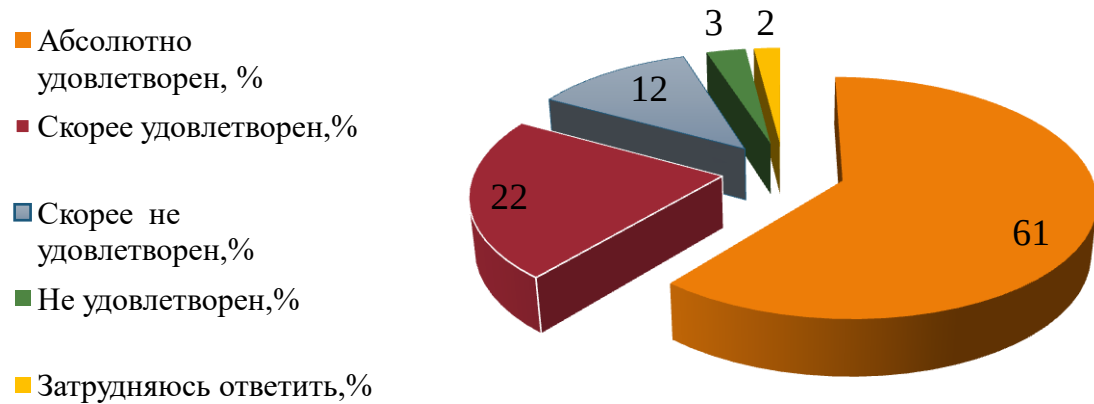


Рисунок 1 - Распределение ответов респондентов на вопрос «Скажите, пожалуйста, в целом вы удовлетворены сотрудничеством с компанией «СМК-Стандарт»?»

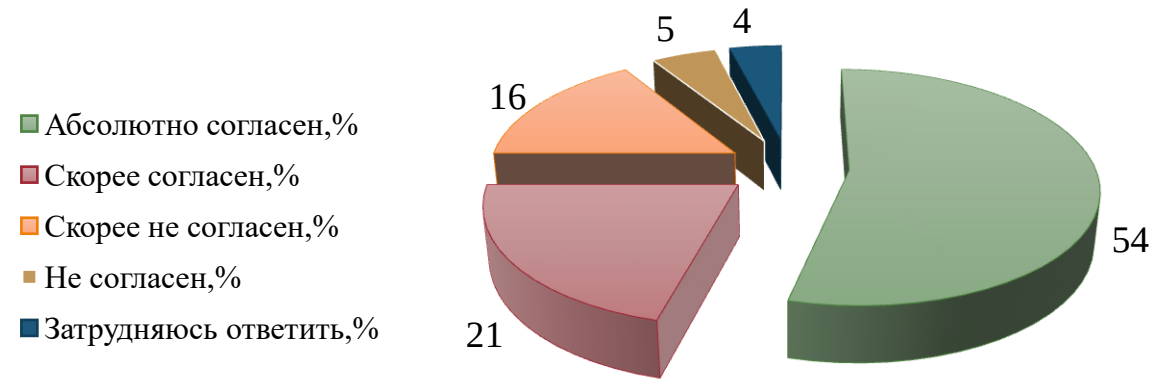


Рисунок 3 - Распределение ответов респондентов на вопрос «Согласны ли вы с тем, что цена на услуги «СМК-Стандарт» соответствует качеству?»

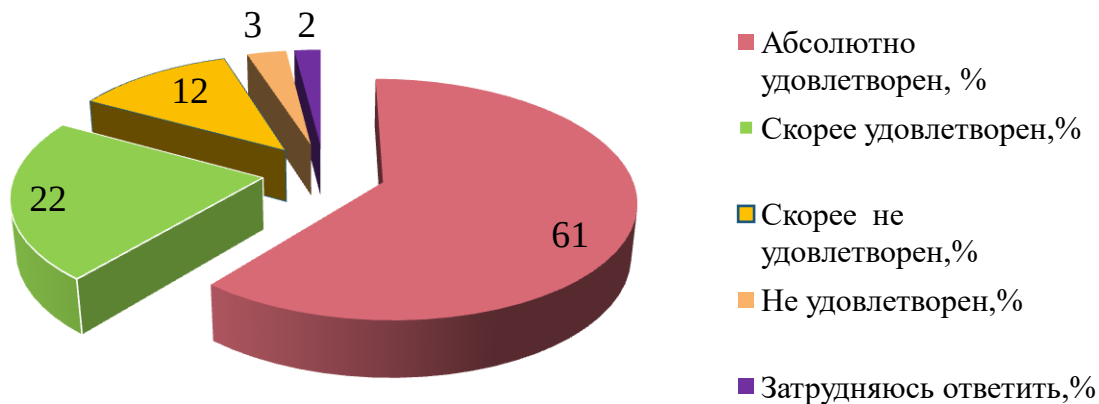


Рисунок 2 - Уровень удовлетворенности качеством услуг

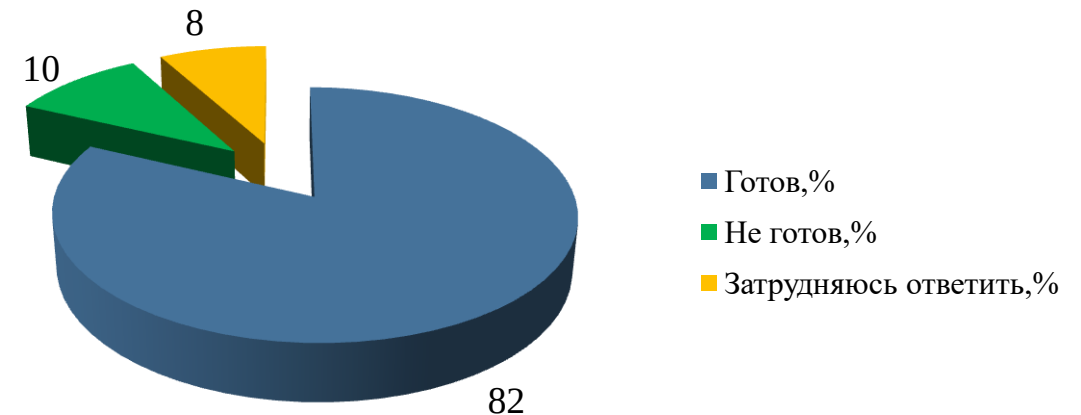


Рисунок 4 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Готовы ли Вы рекомендовать компанию «СМК-Стандарт» своим родственникам и знакомым?»



Вывод

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.



Спасибо за внимание!