

УДК 339.138  
СЕГМЕНТАЦИЯ КЛИЕНТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ НА БАЗЕ MS OFFICE

Е. М. ТОМИЛОВА  
Научный руководитель О. А. РОЖОК  
Государственное учреждение высшего профессионального образования  
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Могилев, Беларусь

Для сегментации клиентов предприятия авторами разработано программное обеспечение «Сегментация клиентов средних и крупных предприятий розничной торговли, реализующих товары ежедневного спроса» (далее – программа).

Программа реализована на базе MS Office (MS Office Excel 2003), а все расчеты – с использованием включенного в MS Office языка программирования VisualBasic.

Сегментация клиентов, находящихся в базе данных предприятия, осуществляется по следующим критериям: давность осуществления последней транзакции (recency), частота осуществления транзакций (frequency), денежная ценность клиента (monetary value). Использование этих параметров позволяет разделить всю клиентскую базу пользователей картами постоянного покупателя на 27 сегментов, из которых выбирают 6 основных сегментов, на которых будет направлена реализация программ лояльности. Для однозначности результатов при подсчете, общим ключом принят № карточки постоянного покупателя.

Преимущества использования программы: нет необходимости устанавливать дополнительное программное обеспечение и обучать работников; можно просматривать частоту и историю покупок конкретных клиентов; простота оформления отчета; облегчение работы с запросами по клиентской базе: сокращение затрат времени на ввод и обработку информации в базу данных клиентов; в сравнении с классическим RFM-анализом – меньшее число сегментов, возможность выделить наиболее ценные сегменты постоянных покупателей и производить их оценку.

Недостатки использования программы: применима для сегментации клиентов средних и крупных предприятий; большинство операций необходимо выполнять вручную; получить результат от работы с программой может только специалист, способный работать в системе маркетинга.

Разработанная программа представляет собой адаптированный вариант RFM-анализа для средних и крупных предприятий, имеет доступный интерфейс для пользователя, а также дает возможность синхронизировать работу отдела маркетинга, сбыта и бухгалтерии.