

УДК 339.138

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ НА ОСНОВЕ ЧЕТЫРЕХФАКТОРНОЙ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНОЙ МОДЕЛИ КАЧЕСТВА МАРКЕТИНГА УСЛУГ

К. В. ХРЕБТОВИЧ

Научный руководитель Л. А. КЛИМОВА

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

В современном мире успех компании зависит как от качества предоставляемых услуг, так и от взаимодействия с клиентом на всех этапах его пути. Именно поэтому внимание к работе с клиентами становится одним из ключевых факторов, определяющих устойчивость и рост бизнеса. Анализ удовлетворенности клиентов, выявление ключевых факторов, влияющих на их выбор, а также работа над улучшением всех аспектов обслуживания – все это является жизненно важными задачами для оптимизации бизнес-процессов в организациях сервиса.

Услуги, в отличие от товаров, не подлежат физическому хранению, изменчивы, неосязаемы и характеризуются высокой степенью взаимодействия между поставщиком и потребителем. Различными авторами выделяются и широко освещены в литературе традиционные модели маркетинга услуг: процессная модель Дж. Ратмела, интерактивная К. Гренросса, модель 7Р Мэри Джо Битнер, модель SERVQUAL В. А. Зейтхамел, модель треугольника Ф. Котлера, модель регаты К. Лавлока.

Автором данной работы в качестве альтернативы предлагается проводить анализ маркетинга услуг на основе авторской модели. Для этого используется авторская разработка – четырехфакторная многокритериальная модель качества маркетинга услуг QMCP (Q (Quality) – качество оказания услуг; M (Management) – качество управления службой маркетинга; C (Client) – качество взаимодействия с клиентами; P (Promotion) – качество продвижения услуг).

Компания «Могилевгрузсервис» – это современное логистическое предприятие, расположенное в г. Могилеве (Республика Беларусь). Была основана с целью предоставления комплексных услуг в области грузоперевозок, логистики, аренды спецтехники, предоставления сопутствующих работ, осуществляет деятельность на территории Республики Беларусь (более 95 % услуг) и Российской Федерации. Клиентская база компании насчитывает более 350 организаций – от малого и среднего бизнеса до крупных предприятий [1, 2].

Среди сильных сторон – широкий спектр услуг, развитая инфраструктура, высокое качество обслуживания, профессионализм и хорошая репутация. Однако предприятие уступает крупным и мелким перевозчикам по финансовой гибкости, программам лояльности, онлайн-присутствию и мобильности, что ограничивает рост клиентской базы и географию услуг [3].

Учитывая, что компания «Могилевгрузсервис» специализируется на логистике и грузоперевозках, модель маркетинга услуг необходимо настроить таким образом, чтобы в дальнейшем обеспечить максимальную эффективность всех процессов взаимодействия с клиентами. Для ее построения используем информацию из открытых источников, бухгалтерскую отчетность и документации по основным средствам предприятия, а также ранее проведенные исследования автора.

Качество маркетинга услуг предприятия «Могилевгрузсервис» находится на низком уровне (взвешенная оценка составляет 3,6 балла из 8).

Проведенные исследования позволили выявить проблемы и недостатки в работе предприятия «Могилевгрузсервис» с клиентами (в управлении персоналом службы маркетинга, во взаимодействии с потребителями и продвижении услуг), что негативно влияет на рыночный успех компании и является предпосылкой для определения основных направлений совершенствования работы с потребителями в разрезе критериев, влияющих на качество маркетинга услуг.

На основе анализа были определены следующие приоритетные направления:

- разработка сайта предприятия;
- создание и продвижение групп в социальных сетях и мессенджерах;
- разработка мобильного приложения предприятия;
- разработка программы лояльности клиентов;
- разработка системы KPI для персонала службы маркетинга.

Далее по каждому направлению представлены конкретные рекомендации и мероприятия, способствующие улучшению работы с клиентами предприятия. Основными из них являются следующие.

1. Разработка сайта предприятия. Сайт должен быть информативным, удобным и привлекательным.

2. Создание и продвижение групп предприятия в социальных сетях и мессенджерах. Для предприятия «Могилевгрузсервис» предлагается создание групп в Instagram, VK, Telegram, поскольку они являются наиболее распространенными среди пользователей.

3. Чат-бот в Telegram. Для успешного продвижения услуг через мессенджер целесообразно вместо обычной группы запустить чат-бот, позволяющий

клиентам выбрать основные и сопутствующие услуги, транспортное средство, получить ответы на вопросы.

4. Разработка мобильного приложения предприятия. Для продвижения услуг предприятия «Могилевгрузсервис» предлагается также разработать мобильное приложение, которое позволит автоматизировать выбор транспорта или спецтехники, оформить заказ, настроить оплату, отследить груз в режиме реального времени.

5. Разработка программы лояльности «Счастливые дороги». Участником программы может стать любое физическое или юридическое лицо, зарегистрировавшееся в личном кабинете на сайте предприятия и непосредственно в программе лояльности. Бонусы предлагается начислять за километры расстояний, на которые была осуществлена грузоперевозка, и в зависимости от количества заказов одним клиентом за год. Чтобы стимулировать повторные частые заказы, предлагается использовать прогрессивную систему начисления бонусов.

6. Разработка системы KPI для персонала службы маркетинга. Для оценки качества работы и дальнейшего решения по премированию работников службы маркетинга предприятия «Могилевгрузсервис», работающих с клиентами, предлагается использовать прозрачную и понятную систему KPI. Система KPI и подход к начислению премий и бонусов являются привлекательным стимулом для роста заинтересованности работников в повышении эффективности своего труда и, как следствие, будут способствовать увеличению объемов оказания услуг, количества новых и постоянных клиентов.

Реализация всех предложенных мероприятий позволит предприятию «Могилевгрузсервис» успешно работать в рыночных условиях, создавая имидж надежного и удобного партнера, заботящегося о своих потребителях и выстраивающего долгосрочные отношения с ними.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Хребтович, К. В.** ABC-анализ услуг Могилевгрузсервис / К. В. Хребтович, Л. А. Климова // Материалы, оборудование и ресурсосберегающие технологии: материалы Междунар. науч.-техн. конф. – Могилев : Белорус.-Рос. ун-т, 2024. – С. 435.

2. **Хребтович, К. В.** Оценка стабильности спроса на услуги Могилевгрузсервис / К. В. Хребтович // XXI век – век профессионалов : тез. докл. межрегион. науч.-практ. конф. с междунар. участием. – Чита, 2024. – С. 109–111.

3. **Хребтович, К. В.** SWOT-анализ предприятия «Могилевгрузсервис» / К. В. Хребтович // Россия молодая: материалы XVI Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Кемерово, 16–19 апр. 2024 г. – Кемерово, 2024. – С. 084141.1–084141.5.