

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Оптимизация процесса обслуживания клиентов в сфере
телекоммуникаций путем модернизации мобильного приложения
и онлайн-чатов (на примере ПАО «Ростелеком»)**

АВТОРЕФЕРАТ
БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 5 курса 551 группы
направления 43.03.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений
Мироновой Ирины Олеговны

Научный руководитель

доцент, к.э.н.

подпись, дата

Иванова Е.В.

Зав. кафедрой

д.э.н., профессор

подпись, дата

Черевичко Т.В.

Саратов 2024

Введение

Тенденция к цифровизации набирает популярность, и различные секторы экономики, в том числе на рынке телекоммуникаций, активно внедряют новые технологии в свои процессы. Компании рынка телекоммуникаций предлагают широкий спектр услуг. В их основу входят телевидение, телефония, Интернет и услуги связи. Появление новых технологий влияет на траекторию развития рынка телекоммуникационных услуг. Рынок характеризуется наличием большого числа активных и потенциальных клиентов, что обеспечивает высокий темп роста рынка.

Стратегическая ориентация на удовлетворение потребностей клиентов является многогранным фактором успеха компании. Лучшая организация сервиса приводит к более частым обращениям клиентов к услугам компании, что является одним из ключевых условий для рациональной организации процесса предоставления услуг и обеспечения конкурентоспособности сервисных компаний. Прибыль, которую получают компании в этой сфере, напрямую зависит от количества клиентов.

Однако с увеличением конкуренции сервисным компаниям все сложнее привлекать и удерживать клиентов. Потребители, имея выбор, начинают оценивать не только стоимость, но и качество обслуживания. Для удовлетворения потребностей клиентов и сохранения их лояльности необходимо эффективно управлять процессом обслуживания клиентов. Поэтому полное понимание факторов, влияющих на качество обслуживания, через анализ уровня обслуживания, является важным аспектом исследования в данной области. Это делает данную тему исследования актуальной.

В качестве анализируемого объекта в работе рассматривается ПАО «Ростелеком».

Предметом исследования выступает процесс обслуживания клиентов в компании.

Цель работы -- на основе анализа процесса обслуживания

клиентов компании ПАО «Ростелеком» предложить пути совершенствования качества обслуживания потребителей телекоммуникационных услуг.

Поставленная цель определяет задачи выпускной квалификационной работы:

- Выявить сущность понятия «обслуживание потребителей» в сфере телекоммуникационных услуг;
- Рассмотреть требования и стандарты ГОСТ к организации и процессам обслуживания клиентов;
- Изучить виды и особенности систем автоматизации процесса взаимоотношения с клиентами;
- Проанализировать организационную характеристику и финансово-хозяйственную деятельность ПАО «Ростелеком»;
- Рассмотреть виды и особенности современных телекоммуникационных услуг;
- Исследовать качество телекоммуникационных услуг у основных конкурентов ПАО «Ростелеком»;
- Проанализировать целевую аудиторию рынка телекоммуникаций и выявить потребительские предпочтения клиентов;
- Предложить программу мероприятий по оптимизации процесса обслуживания клиентов ПАО «Ростелеком»;
- Оценить предполагаемую эффективность планируемых мероприятий по совершенствованию качества предоставляемых услуг ПАО «Ростелеком».

В ходе работы используются следующие общенаучные методы исследования: анализ и синтез научной и нормативно-правовой литературы как отечественных, так и зарубежных авторов по данной теме; методы дедукции и индукции; системный метод. В качестве частнонаучных методов применяются такие, как: опрос целевой аудитории ПАО «Ростелеком». С помощью метода включенного наблюдения, во время трудоустройства был изучен процесс обслуживания клиентов изнутри.

Практическая значимость работы заключается в том, что предложен ряд рекомендаций, направленных на совершенствование процесса обслуживания клиентов, которые могут быть использованы в практике.

Теоретической основой исследования послужили труды следующих авторов: Арутюн А.Х., Демина Н.В., Ефимушкин В.А., Ледовских Т.В., Рябова Т.Ф. и др.

Структурно выпускная квалификационная работа состоит из введения, 3-х глав, заключения, списка литературы и источников.

В первой главе работы даны теоретические основы процесса обслуживания клиентов, проведен анализ особенностей обслуживания в телекоммуникационной сфере, выявлены факторы, которые непосредственным образом влияют на качество обслуживания.

Вторая глава посвящена анализу ПАО «Ростелеком». В связи, с чем выявлены преимущества и недостатки процесса обслуживания в целом.

Третья глава посвящена разработке рекомендаций по совершенствованию процесса обслуживания клиентов ПАО «Ростелеком».

В заключении подведены итоги и сделаны выводы по существующему состоянию предприятия.

Основное содержание выпускной квалификационной работы

Ключевая стратегия создания стратегических конкурентных преимуществ заключается в предоставлении услуг высшего качества по сравнению с аналогами-конкурентами. Суть заключается в предоставлении услуг, которые не только соответствуют ожиданиям целевой клиентской базы, но и превосходят их. Ожидания клиентов формируются на основе их существующего опыта и информации, полученной по каналам прямых или массовых маркетинговых коммуникаций.

Следовательно, пользователи выбирают мобильного оператора, ориентируясь на свои ожидания, и впоследствии оценивают предоставленные услуги согласно этим критериям. Несоответствие ожиданиям может привести к потере интереса со стороны клиентов к оператору. Однако, при соответствии или превосходстве ожиданий существует вероятность повторного взаимодействия с поставщиком услуг. Это подчеркивает важность постоянного удовлетворения или даже превосходства ожиданий клиентов в условиях сильной конкуренции.

Покупатели постоянно стремятся найти баланс между ценой услуги и ее качеством. Примечательно, что пользователи услуг часто менее склонны жаловаться на высокие цены по сравнению с покупателями материальных товаров. В случае, если цена воспринимается как чрезмерно высокая, пользователи услуг скорее всего откажутся от нее, не совершая покупку. Тем не менее, недовольство услугой может привести к значительным потерям на рынке. Следовательно, поставщики услуг должны тщательно и точно определять потребности и ожидания своих целевых клиентов.

Тенденции в развитии телекоммуникационной индустрий указывают на необходимость активного использования новых технологий для обеспечения конкурентоспособности компаний. Это включает в себя широкий спектр функций, которые должны быть доступны как на обычных веб-сайтах, так и

на мобильных платформах и мобильных приложениях, а также высокий уровень поддержки клиентов.

Данное исследование сосредотачивается на оценке качества обслуживания клиентов компании ПАО «Ростелеком», ведущего российского поставщика телекоммуникационных услуг. Компания предоставляет широкий спектр услуг, включая местную и дальнейшую телефонную связь, доступ в Интернет (на 1 месте по числу абонентов в России в 2012 году), цифровое телевидение (второе место по числу абонентов в России в 2018 году), а также мобильную связь и другие услуги. Согласно данным компании, её услугами пользуются более 100 миллионов жителей России.

По результатам исследования, проведенного Ростелеком в сравнении с другими компаниями, организация заняла последнее место. В ни одной категории ей не удалось победить, а средняя оценка на сайтах с отзывами составила всего 2 балла.

Из исследования стало ясно, что МТС является приоритетным провайдером у пользователей связи. Компания получила положительные отзывы от пользователей, предлагает широкий спектр услуг и работает на рынке уже много лет. Благодаря этому проблемы решаются быстро, даже если иногда происходит сбой в сети.

Билайн, привлекающий клиентов доступными ценами и продуманными дополнительными услугами. Удобно то, что доступна автоматическая оплата, отсрочка платежей или временная блокировка аккаунта на праздничные дни. У провайдера есть определенные сложности, но в целом он хорошо справляется со своими задачами.

МегаФон также имеет ряд преимуществ, которые ценят пользователи, в основном связанные с техническим обеспечением компании.

Для наилучшего исследования процесса обслуживания клиентов ПАО «Ростелеком» я провела анализ удовлетворенности существующих клиентов качеством обслуживания путем проведения опроса. В опросе приняли участие 30 человек. Применялась стратифицированная по полу и возрасту

выборка, максимально отражающая генеральную совокупность по этим критериям.

По результатам исследования были выявлены следующие недостатки в процессе обслуживания компании:

1. Долгие ответы операторов телефонной линии;
2. Отсутствие возможности задать вопрос онлайн;
3. Отсутствие возможности решить проблему, не обращаясь в техническую поддержку;
4. Отсутствие отслеживания статусов подключенных услуг.

Для решения данных проблем мною был разработан инновационный проект, включающий в себя модернизацию текущего мобильного приложения, а также повышение уровня взаимодействия с клиентами с помощью внедрения функции отправки голосового сообщения в чат поддержки.

Использование приложений не только приближает компании к клиентам и упрощает управление услугами, но также позволяет сэкономить. Вложения в разработку приложения могут быть значительными, но в долгосрочной перспективе это может привести к сокращению расходов на контактные центры. Другими словами, поддержка и развитие приложения часто обходятся дешевле, чем содержание и обучение персонала, аренда помещений и прочее. Кроме того, приложение является дополнительным каналом для связи с целевой аудиторией с предложениями, включая персонализированные и новые услуги. Запуская собственное приложение, компания получает еще одну эффективную платформу для продвижения своих продуктов и услуг, а клиент – удобный доступ к информации о управлении сервисами, важной именно для него.

Так как в компании уже существует отдел разработки мобильных приложений, время и затраты на его переработку существенно сокращаются, за счет отсутствия необходимости поиска новых сотрудников и привлечения сторонних компаний.

Разработка приложения включает в себя следующие этапы:

1. Проектирование интерфейса приложения, 4 недели;
2. Программирование мобильного приложения на iOS и Android, 4 недели;
3. Программирование серверной части проекта, 3 недели;
4. Тестирование, 1 неделя;
5. Техническая поддержка и продвижение, 1 неделя.

Разработка и внедрение нового приложения займет суммарно 13 недель.

Решение, касающееся повышения уровня взаимодействия с клиентами ПАО «Ростелеком» предполагают разработку и введение функции отправки голосового сообщения в чат поддержки.

Выработанные рекомендации по совершенствованию процесса обслуживания клиентов ПАО «Ростелеком» позволят повысить эффективность взаимодействия с потребителями услуг, а также повысить конкурентоспособность. Источниками финансирования предложений будут собственные средства компании.

В рамках реализации проекта редизайна мобильного приложения и внедрения функции голосовых сообщений в онлайн-чатах для ПАО «Ростелеком» потребуется 1 108 000 руб. вложений, при окупаемости 38248%.

Внедрение предложенных мер приведет к оптимизации процесса обслуживания клиентов, возможности быстрее обрабатывать обращения и эффективнее отвечать на вопросы клиентов. Все это приведет к увеличению объемов реализации телекоммуникационных услуг, а также к повышению лояльности клиентов и конкурентоспособности.

Заключение

Итогом проведенного исследования процесса обслуживания клиентов на предприятии и путей его улучшения стали следующие основные выводы.

Рынок телекоммуникаций - это рынок, на котором предоставляются услуги связи, такие как телефония, интернет, телевидение и другие связанные услуги. Рынок телекоммуникаций является очень конкурентным, так как предлагает широкий спектр услуг, которые потребители используют ежедневно.

Ключевая стратегия создания стратегических конкурентных преимуществ заключается в предоставлении услуг высшего качества по сравнению с аналогами-конкурентами. Суть заключается в предоставлении услуг, которые не только соответствуют ожиданиям целевой клиентской базы, но и превосходят их. Ожидания клиентов формируются на основе их существующего опыта и информации, полученной по каналам прямых или массовых маркетинговых коммуникаций. Следовательно, потребители выбирают оператора мобильной связи на основе этих ожиданий и впоследствии получают доступ к своим воспринимаемым услугам в соответствии с этими стандартами.

В рамках данного исследования была проанализирована деятельность компании ПАО «Ростелеком».

Компания предоставляет широкий спектр услуг, включая местную и дальнейшую телефонную связь, доступ в Интернет (на 1 месте по числу абонентов в России в 2012 году), цифровое телевидение (второе место по числу абонентов в России в 2018 году), а также мобильную связь и другие услуги. Согласно данным компании, её услугами пользуются более 100 миллионов жителей России.

В ходе исследования были выявлены следующие проблемы в процессе обслуживания клиентов компании:

1. Долгие ответы операторов телефонной линии;
2. Отсутствие возможности задать вопрос онлайн;

3. Отсутствие возможности решить проблему, не обращаясь в техническую поддержку;
4. Отсутствие отслеживания статусов подключенных услуг.

В связи с выделенными проблемами предлагается:

1. Переработать существующее мобильное приложение, чтобы оно стало отвечать текущим реалиям и потребностям как клиентов, так и бизнеса.
2. Разработать и внедрить функцию отправки голосового сообщения в чат поддержки, а также провести дообучение персонала.

Предложенный проект поможет компании вывести процесс обслуживания клиентов на новый уровень, повысить их лояльность, а также увеличить конкурентоспособность.