

Пухов Антон Романович, магистрант
ФГБОУ ВО «ПГТУ»

РОЛЬ КЛИЕНТСКОЙ ОНЛАЙН-ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В УЛУЧШЕНИИ КАЧЕСТВА УСЛУГ

Аннотация. В условиях усиления конкуренции актуальность приобретает проблема повышения качества обслуживания клиентов. Высокий уровень качества обслуживания клиентов формирует положительный имидж компании, обеспечивает удержание лояльных клиентов, а также привлечение новых клиентов, что в итоге приводит к обретению конкурентных преимуществ и упрочнению позиций на рынке.

Ключевые слова: Отзыв, обратная связь, цифровизация, онлайн-сервисы, онлайн-рынок.

Цель исследования: изучить влияние клиентской онлайн-обратной связи на процессы повышения качества услуг, а также определить ключевые стратегии её интеграции в бизнес-практики для достижения максимального удовлетворения клиентов и конкурентных преимуществ на рынке.

Введение

Анализ обратной связи от клиентов – отличная возможность получить их мнение о вашем продукте или сервисе. С помощью полученных данных вы сможете лучше понять целевую аудиторию, выявить ее настоящие потребности [6]. Грамотно воспользовавшись этой информацией, компания может повысить продажи и повысить лояльность покупателей. Понимание влияния обратной связи на поведение клиентов имеет решающее значение на цифровом рынке. Механизмы обратной связи служат не только платформой для выражения мнений, но и оказывают существенное влияние на решения и лояльность клиентов. Психологическая основа взаимодействия с обратной связью показывает, что это не просто точки соприкосновения с транзакцией, а ключевые моменты, которые могут сформировать отношения клиента с брендом [4].

На сегодняшний день онлайн-каналы обратной связи представляют особый интерес для любой организации, так как они содействуют снижению временных и финансовых затрат. Однако, стоит отметить, что просто наличие у компании сайта, почты и приложения не даёт ей конкурентного преимущества, поскольку в век цифровизации для привлечения клиентов и завоевания их лояльности нужно предоставить удобные для них каналы обратной связи и обеспечить омниканальность. Также автоматизированные процессы работы каналов взаимодействия, к которым относится работа чат ботов и другие автоматизированные системы, обеспечивают лидерские позиции на рынке. Кроме того, многие компании начали полный переход в Интернет-пространство, что позволяет им выйти на новый уровень цифровизации и конкуренции [2].

В сфере онлайн-коммерции сбор и изучение отзывов клиентов являются ключевым процессом, который способствует росту бизнеса и удовлетворению клиентов. Эта сложная задача включает не только сбор необработанных данных, но и их тщательный анализ для получения практических идей. Эти идеи, если их эффективно использовать, могут привести к улучшению качества обслуживания клиентов и повышению их лояльности [4].

1. Количественный анализ. Первый шаг часто включает в себя внедрение алгоритмов для анализа числовых оценок и структурированных ответов. Например, компания может использовать показатель Net Promoter Score (NPS), чтобы оценить общую удовлетворенность. В качестве примера можно привести гиганта электронной коммерции, который проанализировал свои тенденции NPS и выявил потребность в более быстрых вариантах доставки, что впоследствии привело к введению службы доставки в тот же день.



2. Качественная оценка. Помимо цифр, решающее значение имеет понимание причин, лежащих в основе настроений клиентов. Инструменты качественного анализа могут интерпретировать открытые отзывы, выявляя повторяющиеся темы и настроения. Например, розничный торговец модной одеждой может заметить частые комментарии о проблемах с посадкой определенных предметов одежды, что побудит их пересмотреть руководство по размерам [4].

3. Интеграция с бизнес-показателями. Обратная связь должна рассматриваться вместе с ключевыми показателями эффективности (KPI). Снижение показателей удовлетворенности клиентов может коррелировать с падением количества повторных покупок, сигнализируя о более глубокой проблеме с качеством продукции или обслуживанием клиентов.

4. Замыкание цикла: недостаточно анализировать; бизнес также должен действовать. Это включает в себя обратную связь с клиентами, создание ощущения, что их услышали, и внесение изменений. Разработчик мобильного приложения, получая постоянные отзывы о конкретной ошибке, быстро выпускает исправление, тем самым улучшая удержание пользователей.

5. Постоянное улучшение. цикл обратной связи представляет собой непрерывный цикл. Предпринимаемые действия отслеживаются для оценки их воздействия, обеспечивая развитие бизнеса вместе с клиентской базой. Служба подписки, представляющая новую функцию на основе предложений пользователей, будет отслеживать уровень внедрения и последующую обратную связь для измерения успеха.

Объединяя воедино эти разнообразные направления анализа, компании превращают голоса своих клиентов в дорожную карту для стратегического совершенствования. Это динамичный процесс, который не только укрепляет отношения с клиентами, но и укрепляет бизнес в условиях постоянно меняющихся тенденций онлайн-рынка.

В сфере цифровой коммерции возможность использовать отзывы клиентов изменила способы взаимодействия компаний со своей клиентурой. В этом сегменте рассматриваются различные случаи, когда онлайн-системы обратной связи не только укрепили отношения с клиентами, но и внесли значительный вклад в лояльность к бренду и рост бизнеса.

1. Платформы реагирования в режиме реального времени. Ведущий гигант электронной коммерции внедрил систему обратной связи в режиме реального времени, которая позволяла немедленно вмешиваться в работу службы поддержки клиентов. Такой активный подход привел к повышению уровня удовлетворенности клиентов на 40% и заметному снижению показателей возврата продукции.

2. Разработка продуктов с участием сообщества. Технический стартап внедрил цикл обратной связи в цикле разработки программного обеспечения, поощряя пользователей предлагать функции и голосовать за их важность. Это привело к созданию ориентированной на пользователя дорожной карты продукта и ускорению внедрения новых выпусков на 50 %.

3. Персонализированные каналы обратной связи. Сеть роскошных отелей разработала персонализированную систему обратной связи, позволяющую гостям оставлять комментарии с помощью планшета в номере. Прямая маршрутизация системой конкретных отзывов в соответствующие отделы вдвое сокращает время решения проблем, повышая общее качество обслуживания гостей [4].

4. Игровые механизмы обратной связи. Платформа онлайн-образования внедрила геймификацию в процесс обратной связи, вознаграждая учащихся за конструктивную критику. Этот подход позволил повысить вовлеченность в три раза и дал бесценную информацию для улучшения курса.

5. Автоматический анализ настроений. служба доставки еды использовала автоматизированную систему для анализа отзывов клиентов и упоминаний в социальных сетях. Этот анализ настроений помог выявить региональные вкусовые предпочтения, что привело к созданию индивидуального меню и увеличению количества повторных заказов на 25%.



В каждом тематическом исследовании подчеркивается ключевая роль систем обратной связи в развитии культуры постоянного совершенствования и ориентации на клиента. Интегрируя обратную связь в операционную структуру, компании могут создать динамичный цикл коммуникации, который продвигает их к совершенству [4].

На цифровом рынке искусство реагирования на отзывы клиентов является важнейшим компонентом формирования лояльной клиентской базы. Речь идет не только о признании комментариев или опасений; речь идет о содержательном диалоге, который демонстрирует приверженность бренда своим клиентам. Такое взаимодействие может превратить разового покупателя в защитника на всю жизнь, а обратную связь – в мощный инструмент роста и совершенствования.

Рассмотрим на рисунке 1 лучшие практики взаимодействия.



Таким образом, все приведенные выше характеристики онлайн-обратной связи станут лучше влиять на качество услуг. Эффективная обратная связь, а также систематическая работа по укреплению взаимоотношений на этой основе позволит современным компаниям наращивать собственные объемы продаж и вести оптимальное стратегическое планирование всей деятельности [5]. Сфера обратной связи с клиентами претерпевает значительные изменения, вызванные технологическими достижениями и более глубоким пониманием поведения клиентов. Приняв эти изменения, компании смогут развивать более динамичные и отзывчивые отношения со своими клиентами, что в конечном итоге приведет к повышению лояльности и росту.

Список литературы:

1. Грицова О.А., Тиссен Е.В. Модель системы управления удовлетворенностью студентов качеством онлайн-обучения // Российские регионы в фокусе перемен сборник докладов XVI Международной конференции – 2022 – 589 с. – С. 211-216 [Электронный ресурс] Режим доступа // <https://elar.urfu.ru/>
2. Иванкив В.Д., Михалева Ю.А., Щербакова Н.С Интернет-коммуникации с клиентом как инструмент управления его лояльностью // «Гуманитарный научный журнал» – №2 – 2022



[Электронный ресурс] Режим доступа// internet-kommunikatsii-s-klientom-kak-instrument-upravleniya-ego-loyalnostyu.pdf

3. Качагин Е. А., Хабибуллина А.С. Организация обратной связи с клиентами как инструмент повышения качества обслуживания в автомобильном дилерском центре // «Практический маркетинг» – № 9 (211) – 2014 [Электронный ресурс] Режим доступа// file:///C:/Users/user/Downloads/organizatsiya-obratnoy-svyazi-s-klientami-kak-instrument-povysheniya-kachestva-obsluzhivaniya-v-avtomobilnom-dilerskom-tsentr

4. Механизмы онлайн обратной связи: повышение лояльности клиентов за счет эффективной онлайн обратной связи [Электронный ресурс] Режим доступа// Механизмы онлайн-обратной связи: повышение лояльности клиентов за счет эффективной онлайн-обратной связи – FasterCapital

5. Николаев Д.М., Укрепление обратной связи взаимоотношений с клиентами как резерв наращивания объема продаж // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral» №2 2018 [Электронный ресурс] Режим доступа// ukreplenie-obratnoy-svyazi-vzaimootnosheniy-s-klientami-kak-rezerv-naraschivaniya-obema-prodazh.pdf

6. Обратная связь от клиентов: как она помогает увеличить продажи связи [Электронный ресурс] Режим доступа// Сбор и анализ обратной связи от клиентов | Статьи SEOnews

7. Усков В.С. Анализ тенденций и проблем цифровизации сферы услуг в Российской Федерации// Вопросы территориального развития – том 9 – 2021 -№5 [Электронный ресурс] Режим доступа// analiz-tendentsiy-i-problem-tsifrovizatsii-sfery-uslug-v-rossiyskoy-federatsii.pdf

