

ПРОЕКТУВАННЯ СТАНДАРТУ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

Мельман В. О., к.т.н., доц., Головка А. В.

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

Україна 61002 м. Харків, вул. Революції, 12

Якість обслуговування споживачів є одним з найважливіших чинників сталого розвитку організації у сучасних ринкових умовах. Важливо зазначити, що саме ступінь лояльності споживачів визначає сьогодні силу або слабкість позиції компанії та її можливості щодо сталого розвитку. Однією з основних умов формування стратегічної переваги є пропозиція продукту більш високої якості в порівнянні з конкурентами.

Для ефективного забезпечення якості і конкурентоздатності послуг кав'ярні актуальною проблемою є запровадження проектного підходу до управління в цілому та контролю якості та розробка стандарту обслуговування зокрема. При цьому ключову роль має виявлення факторів внутрішнього середовища, вивчення потреб клієнтів, ступінь їх задоволення та розробка проектних пропозицій щодо їх задоволення.

Стандартизація дає об'єктивну основу для спостереження, контролю і оцінки роботи. Процес контролю розпочинається з визначення стандартів, далі відбувається оцінка фактичного виконання професійних обов'язків, а завершується порівнянням стандарту з реальною якістю роботи для усвідомлення необхідних коригуючих дій.

Стандарт обслуговування націлений на підвищення ефективності комунікації із споживачем, збільшення рівня лояльності, збільшення товарної маси на одного споживача, зниження сезонної нерівномірності придбання товару тощо.

Підґрунтям комплексної системи якості є низка прийомів та засобів стимулювання, зокрема наступні заходи: знижки за умовами придбання

обумовленої кількості товару; бонусні знижки; сезонні знижки; передсвяткові знижки та за категоріями споживачів; знижки на застарілі моделі; конкурси, лотереї, вікторини; завдання; створення і поліпшення процесу взаємодії між товаром, фірмою і споживачем; впровадження стандарту обслуговування споживачів. Треба зазначити, що для ефективних продажів і реалізації будь-яких проектів в цьому напрямі потрібне наступне: розробка пропозицій щодо економічного успіху; індивідуальний підхід до потенційних споживачів; необхідні фінансові джерела; знання і навички мистецтва продажів і організації бізнесу.

Метою даного проекту є розробка і впровадження стандарту обслуговування споживачів мережі спеціалізованих магазинів «Будинок кави», що дозволить істотне збільшення продажів і збільшення рівня лояльності споживачів.

Реалізація проекту дозволить:

- визначити мотиваційну сферу споживачів та співробітників компанії;
- визначити маркетингову стратегію, фактори цінової та рекламної політики;
- отримувати постійно необхідну інформацію;
- розвивати в організації корпоративну культуру та систему планування тощо.

Структурними складовими проекту, що дозволять удосконалення системи управління є наступні: розробка плану здійснення проекту; проведення експериментальних досліджень поведінки та лояльності споживачів; впровадження стандарту обслуговування; аналіз ефективності розробленого проекту; розробка програми навчання персоналу.

Література

1. Менеджмент, ориентированный на потребителя [Текст]: CRM-технологии как основа новых отношений с клиентом: [Пер. с англ.] / К. Андерсон, К. Керр; Пер. А. Успенский. - М. : ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 288 с. : рис. - (Университеты бизнеса). - Пер.изд.: Customer Relationship Management / K. Anderson, C. Kerr. - New York, 2002. - ISBN 5-8183- 0586-4.