

ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Ильина Н. И.

*Ильина Наталья Ивановна – магистрант,
кафедра экономической информатики,
Уфимский государственный авиационный технический университет, г. Уфа*

Мобильные устройства стали неотъемлемой частью нашей жизни, как для повседневного использования, так и для работы, управления бизнесом. Большинство предприятий разрабатывают и внедряют мобильные приложения, чтобы увеличить ключевые показатели эффективности работы компании. Благодаря этому повышается конкурентоспособность, растет прибыльность предприятия, к чему так стремятся все коммерческие организации [3].

Перед разработкой и использованием мобильного приложения в организации необходимо удостовериться в его целесообразности, принесет ли пользу или наоборот будут одни только затраты. Любое намерение усовершенствовать организацию влечет за собой изменения устоявшихся бизнес-процессов [3]. Рассмотрим ситуацию на примере внедрения мобильного приложения для агентов продаж в компании ЭР-Телеком.

ЭР-Телеком - российская телекоммуникационная компания, образована в 2001 году путём слияния телефонного оператора ЗАО «Элсвязь» и Интернет-провайдера ЗАО «Рейд-Интернет». Продажу услуг осуществляет под брендом Дом.ru. Компания оказывает следующие виды услуг: Аналоговое и цифровое кабельное телевидение Дом.ru TV, Интернет Дом.ru [1].

Агенты по продажам предлагают услуги компании путем исходящего обзвона потенциальных клиентов или через обход по квартирам. В случае согласия клиента пользоваться услугами компании, агент передает информацию супервайзеру (руководитель агентов) для согласования выезда техника по подключению (координация). Согласованная по времени заявка записывается в Excel с ФИО клиента, адресом, номером телефона, тарифным планом, скоординированным временем и ФИО агента, продавшего услугу. Координация ведется в общедоступном файле Excel (планерка), где отмечаются техник, время и адрес подключения. Пустые ячейки таблицы означают, что данное время у техника свободно и туда можно планировать заявку [1].

Супервайзеры по мере продажи отправляют заявки на внесение договоров в АРМ (биллинговая система предприятия). Вводом договоров в АРМ на основании заявок занимаются специалисты по расчетам. Созданному договору присваивается статус «Заявка создана». Все новые договоры с текущим статусом видит координатор. Если в комментариях указано время подключения, то координатор сразу отправляет договор на шаг «Отправить в службу подключения». Иначе, сотрудник созванивается с клиентом для уточнения удобного времени подключения. После уточнения всей необходимой информации, он корректирует данные и отправляет их в службу подключения [1].

После подключения клиента техник подписанный договор и акт отдает специалисту по расчетам и закрывает выполненную заявку. СПР вносит корректирующую информацию о договоре, согласно бумажному документу, и списывает материалы и оборудование с техника на основании акта выполненных работ [1].

При работе по описанному выше процессу возникал ряд проблем. Поскольку планированием выезда к клиенту занимались несколько сотрудников, каждый стремился поставить свою заявку выше всех остальных, и, по случайности, мог удалить другие заявки или сдвоить заявки на одно время. В результате чего техник либо не выезжал, либо физически не успевал подключить клиента. Вследствие этого клиент оставался недовольным или даже уходил к другому провайдеру. Вторая проблема заключалась в том, что увеличивающееся количество продаж и подключений абонентов приводило к росту объема работы у специалиста по расчетам. СПР не успевали своевременно заносить договоры в АРМ.

Для решения проблемы необходимо было внести изменения в существующий бизнес-процесс координации и внесения договоров. Было предложено разработать и внедрить мобильное приложение для агентов и всю работу по планированию передать специалисту по координации.

Новые договоры агенты самостоятельно заносят в мобильное приложение, которое автоматически синхронизируется с АРМом. Со специалистов по расчетам снята работа по заведению договоров, в результате, больше времени понадобится для обработки договоров и актов. Вся роль планирования по подключению абонентов перешла к специалисту по координации. Вероятность возникновения проблем, описанных выше, значительно уменьшается. Все остальные процессы выполнения продажи услуг клиенту остались неизменными. В результате внедрения мобильного приложения выросла лояльность клиентов и производительность труда техников подключения.

Список литературы

1. База знаний АО «ЭР-Телеком». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kb.ertelecom.ru/> (дата обращения: 11.03.2017).
2. *Барабанова И.М.* Проектирование информационных систем в экономике. Экономическое обоснование проектов: учебное пособие / И.М. Барабанова, А.Ю. Глебовский. СПб.: СПбГТУ, 2005.
3. *Харламов М.И.* Влияние ключевых показателей компаний мобильной связи на оценку финансовых рисков / М.И. Харламов, 2004. С. 2 – 6.