

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТСКИМ ОПЫТОМ С ПОМОЩЬЮ АНАЛИТИКИ И BIG DATA**Назарова Александра Дмитриевна**

студент, Уральский государственный экономический университет, РФ, г. Екатеринбург

Лаптева Анна Викторовна

доцент кафедры бизнес-информатики, доцент кафедры шахматного искусства и компьютерной математики, Уральский государственный экономический университет, РФ, г. Екатеринбург

Аннотация. В современном мире бизнеса клиентский опыт становится ключевым фактором конкурентоспособности организации. Для успешного управления клиентским опытом требуется не только интуиция и опыт, но и основанный на данных подход. В данной статье рассматривается роль аналитики и Big Data в управлении клиентским опытом, а также методы и инструменты, которые могут быть использованы для эффективного анализа и использования данных для улучшения клиентского опыта. Рассмотрены преимущества BI-систем.

Ключевые слова: клиентский опыт; аналитика; Big Data; управление, данные.

Современная бизнес-среда характеризуется все более увеличивающимся вниманием к клиенту. Компании осознают, что удовлетворение потребностей и ожиданий клиентов является неотъемлемой частью стратегии роста и развития. Один из ключевых инструментов, позволяющих организациям оставаться конкурентоспособными, это управление клиентским опытом. Вместе с тем, с появлением больших объемов данных и возможностей их анализа, встает вопрос об эффективном использовании данных для управления клиентским опытом.

В настоящее время данные о клиентах и их взаимодействии с компаниями генерируются и накапливаются в огромных объемах. Это могут быть данные о покупках, поведении на сайте, обратной связи в социальных сетях и многие другие. Использование этих данных для анализа и понимания потребностей клиентов становится все более важным для компаний любого масштаба. Для достижения поставленной цели будут использованы методы анализа научной литературы, а также примеры практического применения аналитики и Big Data в управлении клиентским опытом.

Современный бизнес уже немыслим без инструментов для поддержки принятия управленческих решений - бизнес-аналитики (Business Intelligence или BI-систем). BI-решение полезно компаниям из большинства сфер. Например, производство, финансы, розничная и оптовая торговля, страхование, телекоммуникации, — где есть необходимость понимания того, что происходит в бизнесе [1].

Основная цель внедрения BI-систем – обеспечить быстрый доступ к данным, их хранение и анализ для информационной поддержки принятия управленческих решений.

Преимущества от внедрения BI-систем наиболее полно ощутили западные компании, в которых BI-системы используются давно и уже хорошо изучены. Эффективность

использования системы зависит от целей внедрения, от того, сколько отделов и бизнес-процессов будут в ней отражены, от консервативности сотрудников и их цифровой подготовки, и других факторов. Так, субъекты управления имеют возможность принимать рациональные решения по повышению эффективности хозяйственной деятельности предприятий.

Ключевыми преимуществами от внедрения BI-системы, на данный момент, являются повышение скорости и точности составления отчетов аналитики и планирования, повышение эффективности процессов принятия решений, увеличение удовлетворенности клиентов. Гораздо реже BI-системы позволяют добиться сокращения операционных расходов или увеличения объемом выручки.

BI-системы востребованы во всех сферах. В первую очередь об их внедрении задумываются, когда [2]:

- есть потребность в сборе и структуризации сведений из нескольких источников;
- нужен быстрый доступ к большим массивам коммерческих данных;
- аналитикой занимается значительное количество пользователей;
- компания разрабатывает новые продукты;
- предстоят обновления в IT-сфере;
- организация интенсивно развивается.

Системы для бизнес-анализа решают очень широкий спектр задач:

- поддержка развития бизнес-процессов и структурных изменений предприятия;
- ситуаций в единой информационной среде;
- снижение рутинной нагрузки на персонал и высвобождение времени для более глубокой аналитической работы;
- устойчивая работа при увеличении объема обрабатываемой информации, возможность масштабирования.

Вопрос об эффекте внедрения BI систем стал одним из ключевых в ходе независимого исследования BARC (Business Application Research Center). Всего исследователи выделили 11 преимуществ от внедрения BI системы [3].

Как часто компании отмечали то или иное преимущество, обозначено на рисунке 1.

Весовой коэффициент, %	преимущество доказано количественно	доказано, но не измерено	официально заявлено, но не подтверждено	неофициально по другим метрикам	не достигнуто	ударило пролет или негативно сказалось на нем	не определенное отчета
Более эффективные бизнес-решения	27,9	39,5	12,6	10,7	1,8	0,2	7,4
Ускоренная отчетность, анализ и планирование	45,2	35,5	7,4	5	2	0,3	4,6
Повышение удовлетворенности клиентов	17,7	29	13,8	13,8	5,3	0,3	20,1
Повышение качества данных	29,6	32,2	10,6	10,5	6,2	0,5	10,3
Повышение удовлетворенности сотрудников	22,8	33,9	13,5	13,7	5,3	0,7	10,1
Увеличение доходов	10,3	13,3	11	19,2	9	0,2	36,9
Более точные отчеты, анализ, планирование	33,6	38,9	8,9	8,7	1,9	0,4	7,6
Снижение внешних затрат ИТ	16,6	14,2	7,5	11,8	14,7	3,4	31,7
Сокращение численности персонала предприятия	11,4	9,5	5,9	13,2	25,7	0,9	33,4
Сокращение штата ИТ персонала	11,1	9,2	4,9	9	29,3	2,9	33,6
Сокращение прочих расходов, не связанных с ИТ	8,3	11,4	7,2	13,9	16,7	0,8	41,7

Рисунок 1. Преимущества BI-систем в цифрах [3]

Как видно из представленной выше таблицы, наиболее часто компании, внедрившие BI-системы, отмечали достижение следующих результатов: оптимизация процессов принятия решений, ускорение процессов подготовки отчетов и анализа, повышение удовлетворённости сотрудников и клиентов. Наименее эффективным было использование систем бизнес-анализа с целью сокращения издержек.

После анализа функций и особенностей, и характеристики BI систем как инструментов повышения эффективности деятельности компании мы можем перейти непосредственно к разработке BI-систем.

Одним из ключевых инструментов анализа данных является машинное обучение. Алгоритмы машинного обучения позволяют обрабатывать большие объемы данных и выявлять скрытые закономерности, которые могут быть использованы для улучшения клиентского опыта. Например, алгоритмы классификации могут быть использованы для сегментации клиентской базы по различным критериям, что позволит компаниям более точно настраивать свои маркетинговые кампании.

Еще одним важным аспектом управления клиентским опытом с использованием аналитики и Big Data является прогнозирование поведения клиентов. На основе исторических данных и анализа трендов можно строить модели, предсказывающие вероятность того, что клиент совершит определенное действие, например, сделает покупку или оставит отрицательный отзыв. Это позволяет компаниям заранее адаптировать свои стратегии и мероприятия для улучшения клиентского опыта.

В заключение следует отметить, что эффективное управление клиентским опытом становится все более важным для компаний в условиях современной конкурентной среды. Использование аналитики и Big Data позволяет компаниям не только более глубоко понимать потребности и предпочтения клиентов, но и прогнозировать их поведение и адаптировать свои стратегии в соответствии с этими данными. Аналитика и Big Data играют ключевую роль в современном управлении клиентским опытом и могут быть эффективным инструментом для достижения конкурентных преимуществ на рынке.

Список литературы:

1. Что такое BI-система. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biconsult.ru/cho-takoe-bi>
2. Как понять, что компании нужно использовать Business Intelligence. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.calltouch.ru/blog/chto-takoe-bi-sistemy-i-zachem-oni-nuzhny-biznesu>
3. Преимущества BI-систем в цифрах. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php>