

УДК 004.9

ПРИНЦИПЫ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ В ГВЦ ОАО «РЖД»

Е. Е. Семькина, магистрант гр. ПИМ-151, II курс
Научный руководитель: А. Г. Пимонов, д.т.н., профессор
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

Ключевая цель Главного Вычислительного Центра ОАО «РЖД» – это передовая и эффективная ИТ структура, которую выбирает Холдинг «РЖД» и его партнеры.

В настоящий момент достижение этой цели и реализация ключевых направлений развития филиала невозможны без повышения эффективности работы филиала с помощью оптимизации процессов, процедур и операций, а также обеспечения качества своих ИТ-услуг и продуктов на уровне мировых стандартов. Клиентоориентированность в ГВЦ – это модель поведения каждого сотрудника филиала, которая позволяет максимально эффективно выстраивать и поддерживать отношения с существующими и потенциальными клиентами, потребителями ИТ-услуг, партнерами, коллегами, конкурентами. Представления клиентов ГВЦ о качественном обслуживании сегодня – это доступность и непрерывность ИТ-сервисов, компетентность и вежливость специалистов, оперативность решения их обращений.

Клиентоориентированность: 1) способность компании создавать дополнительный поток клиентов и дополнительную прибыль за счет глубокого понимания и удовлетворения потребностей клиентов; 2) оценка, которую получает компания от своего клиента в результате взаимодействия с ним; 3) инструмент, который позволяет получать лояльных клиентов; 4) инициация положительных эмоций у клиентов, что ведет к выбору товаров и услуг компании среди конкурентов, к повторным покупкам и получению новых клиентов за счет рекомендаций; 5) процесс, направленный на увеличение времени жизненного цикла взаимодействия компании с клиентом [1].

Основные принципы развития клиентоориентированности: 1) насколько компания ориентирована на клиента, решает только сам клиент; 2) клиентоориентированность требует дополнительных инвестиций в клиентский сервис, в сотрудников и их образование, в наладку бизнес-процессов, исследования, программное обеспечение и т. д; 3) понятие «клиент» не ограничивается потребителями товара или услуги, компания должна учитывать интересы внутренних клиентов подразделений, сотрудников и партнеров; 4) необходимо общее понимание «внутреннего

клиента» в компании, разные подразделения должны помогать друг другу в текущей деятельности; 5) ключевым фактором, который напрямую влияет на клиентоориентированность, является персонал; 6) каждый сотрудник клиентоориентированной компании понимает, что его работа влияет на восприятие клиентом качества сервиса и продукта – неважно, как далеко он находится от «линии непосредственного общения с клиентом»; 7) необходимо, чтобы основные правила взаимодействия были четко регламентированы и соблюдались; 8) если все клиенты одинаковы, и работа организации для всех клиентов одинакова, значит у организации нет рыночной дифференциации, и она не сможет быть клиентоориентированной; 9) превосходить ожидания клиента, не имея на это ресурсов и уверенности в постоянном стабильном успехе 10) качественный сервис не является признаком клиентоориентированности, клиентоориентированность включает не только очевидную внешнюю составляющую, но и не менее важный внутренний аспект – эффективное взаимодействие между бизнес-блоками и подразделениями компании, оно достигается благодаря внедрению внутреннего оборота услуг, организации сквозных процессов от момента начала планирования до завершения оказания услуги [2].

Основным направлением деятельности ГВЦ при внедрении современных принципов клиентоориентированности является организация экспертного технологического обслуживания пользователей в режиме 24x7 критически важных бизнес-процессов компании с обеспечением согласованного уровня доступности и непрерывности ИТ-сервисов.

Основные принципы Главного вычислительного центра в части организации обслуживания клиентов – пользователей ИТ-услуг, партнеров из числа сотрудников Холдинга РЖД, партнеров из числа поставщиков и подрядчиков, сотрудников всех подразделений ГВЦ ОАО «РЖД»:

- 1) удобный и ориентированный на клиента сервис в части ИТ-услуг;
- 2) открытый диалог и партнерство в части проведения совместных работ;
- 3) комфортные условия обслуживания (вежливость, аккуратность, корректность, такт, оперативность);
- 4) квалификация и профессионализм;
- 5) достаточная информированность клиентов о ГВЦ, услугах, уровнях сопровождения, сроках выполнения работ и др.

Одним из факторов повышения клиентоориентированности является обеспечение взаимодействия с клиентами в части анализа обратной связи, получаемой от потребителей ИТ-услуг. Данный анализ построен на базе автоматизированной системы поддержки пользователей (АСУ ЕСПП). В АСУ ЕСПП реализована возможность оценить качество работы работника ГВЦ, которая выполнена по обращению функционального заказчика. Конечно, от того, насколько эффективно выстроено взаимодействие с клиентами, в конечном итоге зависят имидж и репутация компании.

Список литературы:

- 1) Ингельери, Л. Выдающийся сервис, отличная прибыль. Принципы достижения настоящей клиентоориентированности / Л. Ингельери, М. Соломон. – Москва, 2013. – 517 с.
- 2) Положение №226 о Департаменте развития бизнеса и клиентоориентированности ОАО «РЖД» от 6.04.2015 г.