

УДК 339.138

ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ «МОГИЛЕВГРУЗСЕРВИС»

Хребтович К.В., студент гр. ЭМ-221, II курс

Научный руководитель: Климова Л.А., ст. преподаватель
Межгосударственное образовательное учреждение высшего
образования «Белорусско-Российский университет»
г. Могилев

Предприятие «Могилевгрузсервис» занимается оказанием широкого спектра услуг в области грузоперевозок и логистики. В основном, предприятие занимается перевозками грузов различного характера: от мелких посылок до крупногабаритных грузов, а также специализированных грузов, таких как хрупкие, опасные или температурные. Организация предлагает международные грузоперевозки, обеспечивая надежную и своевременную доставку грузов по оптимальным маршрутам. Кроме того, компания оказывает услуги складирования, таможенного оформления грузов, страхования грузовых перевозок, а также консалтинговые услуги по вопросам логистики и оптимизации цепочек поставок. «Могилевгрузсервис» обладает собственным автопарком современных грузовых автомобилей и техники, а также профессиональным персоналом, что позволяет обеспечить клиентам качественное обслуживание и безопасную транспортировку грузов. Компания стремится к индивидуальному подходу к каждому клиенту, учитывая его потребности и особенности грузов, чтобы обеспечить оптимальные условия перевозки. [1]

Формирование лояльности клиентов является одним из ключевых аспектов успешной деятельности любого предприятия, включая компанию «Могилевгрузсервис». Для эффективного управления отношениями с клиентами и повышения их лояльности часто используется концепция «лестницы лояльности клиентов». Она включает пять ступеней: потенциальный потребитель, заинтересованный клиент, непосредственный покупатель, клиент и адвокат. Каждая ступень характеризуется определёнными потребностями и ожиданиями клиента. [2]

Рассмотрим, как можно применить эту концепцию для работы с различными типами клиентов «Могилевгрузсервис».

На первой ступени находятся клиенты, которые сотрудничают с «Могилевгрузсервис» без каких-либо специфических причин. Они могут быть новыми клиентами или случайными покупателями. Для предприятия важно сделать первое впечатление привлекательным. Чтобы работать с этой группой клиентов, необходимо установить контакт, предложить им выгодные условия сотрудничества, подарки или скидки для первого заказа. Основная задача -

превратить их в постоянных клиентов. Для их привлечения и формирования лояльности необходимо использовать маркетинговые стратегии, такие как реклама, акции и скидки. Таким образом, можно привлечь их внимание и заинтересовать.

На второй ступени находятся новые клиенты, которые уже сделали первую покупку. На этой стадии клиенты уже знакомы с предприятием, но ещё не заинтересованы в нем. Для «Могилевгрузсервис» важно обеспечить качественное обслуживание, оперативно реагировать на жалобы и предложения, предлагать персонализированные решения и акции. Основная цель – убедить их вернуться повторно. С ними важно активно взаимодействовать, предлагать дополнительные услуги и скидки, чтобы убедить их в качестве услуг. Клиентам на этой ступени необходима дополнительная поддержка и внимание. Здесь важно предоставить им информацию о том, какие проблемы они могут решить с помощью услуг. Можно использовать блоги, статьи, видеообзоры для информирования потенциальных клиентов.

На третьей ступени находятся непосредственные покупатели, которые уже сделали несколько покупок. Это те клиенты, которые уже воспользовались услугами организации и остались довольны качеством обслуживания. На этом этапе клиенты начинают проявлять интерес к предприятию и изучают его подробнее. Чтобы убедить их в том, что организация действительно поможет им решить свою проблему, можно использовать отзывы других клиентов, демонстрационные версии услуг и т.д. Для «Могилевгрузсервис» важно создать программу лояльности: накопительные скидки, индивидуальные предложения, эксклюзивные услуги. Цель - удержание клиента и стимулирование к дополнительным покупкам. Важно поддерживать постоянный контакт, узнавать их потребности, предлагать персонализированные решения.

Следующая ступень – клиенты. Это потребители, которые рекомендуют организацию своим друзьям и знакомым. Они часто делают заказы и уже лояльны к «Могилевгрузсервис». Однако, необходимо постоянно поддерживать эту лояльность, предлагая им индивидуальный подход, персонализированный сервис и подарки. Для удержания таких клиентов важно предлагать дополнительные бонусы, скидки и особые условия, чтобы стимулировать продолжение сотрудничества. Для «Могилевгрузсервис» важно создать условия для формирования позитивного имиджа: участие в благотворительных акциях, партнерство с известными брендами, участие в мероприятиях. Цель – привлечение новых клиентов через рекомендации. Важно показать преимущества предприятия перед конкурентами. Для этого можно использовать сравнительные таблицы, демонстрации и т.д. С такими потребителями важно укреплять отношения и поддерживать связь, предлагая персонализированные услуги и скидки. Также стоит активно слушать их обратную связь, чтобы постоянно улучшать качество предоставляемых услуг.

На самой верхней ступени лестницы находятся «адвокаты» – самые лояльные клиенты «Могилевгрузсервис», которые являются поклонниками предприятия и рекомендуют его другим. Клиенты на этой ступени являются сторонниками и защитниками. Они не только пользуются услугами, но и регулярно рекомендуют их своим друзьям, коллегам и близким. Они могут делиться положительным опытом использования услуг предприятия в социальных сетях, на форумах или в реальной жизни. Клиенты на ступени адвокаты играют важную роль в формировании репутации предприятия и привлечении новых клиентов. Их отзывы и рекомендации имеют большой вес для потенциальных клиентов, так как они основаны на личном опыте и убеждении в качестве услуг. Для того чтобы поддерживать и развивать отношения с клиентами важно не только предоставлять им качественные услуги, но и быть внимательными к их потребностям и ожиданиям. Регулярное общение с такими клиентами, выявление их новых потребностей, привлечение их в программы лояльности или предоставление специальных бонусов могут помочь укрепить их взаимоотношения с предприятием. С ними важно поддерживать взаимодействие и предлагать индивидуальные скидки. Такие клиенты могут стать долгосрочными партнерами и приносить значительную выгоду предприятию.

Таким образом, основными принципами, соблюдение которых поможет предприятию «Могилевгрузсервис» построить долгосрочные отношения с клиентами и повысить уровень их лояльности являются:

- изучение потребностей и предпочтения клиентов организации и адаптирование услуг под них;
- постоянное обучение персонала для обеспечения высокого уровня обслуживания;
- слежение за отзывами клиентов и реагирование на негативные моменты в работе организации;
- внедрение программ лояльности и скидок для постоянных клиентов;
- поддерживание постоянного контакта с клиентами через социальные сети, рассылки, звонки и прочие каналы коммуникаций.

Важно помнить, что каждая ступень лестницы лояльности требует индивидуального подхода и понимания потребностей клиента. «Могилевгрузсервис» должен постоянно анализировать свою клиентскую базу, собирать обратную связь и внедрять изменения в свою стратегию работы с клиентами. Только так предприятие сможет добиться лояльности своих клиентов и развиваться успешно.

Список литературы:

1. Могилёвгрузсервис: официальный сайт. – Могилев, 2024. – URL: <https://mogilev.rw.by/corporate/structure/osp/mch/>(дата обращения: 25.03.2024)
2. Романович В.К., Худаева М.А. Роль лояльности потребителей в конкурентоспособности компаний // Символ науки: международный научный журнал. – 2022. – № 4-1. – С. 54-56.