

«ВТОРОЕ ДЫХАНИЕ» СЕРВИСНЫХ КОМПАНИЙ

• ТЕКСТ | Александр ШАХВЕРДОВ, менеджер по развитию бизнеса «Диджия РУС»

Как повысить эффективность деятельности компаний в сфере услуг? Как обеспечить прибыльность такого бизнеса? Как обеспечить бесперебойность работы и ее производительность? Благодаря информационным и коммуникационным технологиям у компаний в сфере выездного сервисного обслуживания и управления ремонтами появляется возможность открыть «второе дыхание».

Быстрая обработка входных заявок, мгновенное реагирование, качественное и квалифицированное обслуживание — такую идеализированную картину рисуют потребителю рекламисты и пиарщики. На поверку все оказывается несколько иначе — потери вызовов, опоздания специалистов и обслуживание низкого качества.

Сейчас, в связи с кризисом, у многих руководителей российских компаний, которые связаны со сферой услуг конечным потребителям или предприятиям, появляется понимание, что без серьезного улучшения своей деятельности не обойтись. Теперь от эффективности и производительности выполнения сервисных операций зависит выживет компания или нет.

Текущие изменения рыночных условий оказывают серьезное давление на деятельность компаний и ставят перед ними ряд проблем:

- Множество ручных процессов при оформлении большого количества документов увеличивает время между завершением работы и ее оплатой, что влияет на финансовые показатели.
- При ручном планировании и распределении задач нет возможности полно и своевременно учитывать квалификацию сотрудников, их доступность и производительность, сервисную историю и оптимальность маршрутов, что могло бы существенно повысить эффективность и производительность сервисных операций.
- Многие заказчики хотят точно знать, когда обслуживающий персонал будет на объектах и в какие сроки будут выполнены поставленные задачи. Часто в договорах на обслуживание

указываются так называемые уровни сервиса (Service Level Agreement — SLA), нарушение которых влечет за собой штрафы.

- Современному руководителю сервисной компании необходимо четко знать, где находятся сотрудники и чем они занимаются в рабочее время: по мнению экспертов, 15–30% их рабочего времени расходуется зря.
- При увеличении компании и росте рынка сбыта услуг, а также вообще со временем, происходит рост себестоимости оказываемых услуг, связанный с ростом стоимости персонала и с более дорогостоящим управлением в рамках всей организации.

Чем больше компания, чем обширнее территория, где она оказывает услуги, тем острее становятся вышеперечисленные проблемы. Нельзя забывать также, что сервисные компании должны решать и проблемы транспортных средств, запчастей, подменного оборудования и расходных материалов, а также отчетности и связи.

До недавнего времени, большинство компаний не уделяли должного внимания улучшению процессов сервисной деятельности, предпочитая совершенствовать учетные и складские системы, системы планирования ресурсов предприятия (ERP) или CRM. Однако процессы сервисного обслуживания являются не менее сложными. Решения, которые тесно связаны с системами управления ресурсами предприятия (ERP), позволяют упростить процессы сервисного обслуживания, чтобы значительно улучшить производительность, операционную и управленческую эффективность.

Путем внедрения в компании программно-аппаратного решения, интегрирующего людские, материальные ресурсы и информацию, можно обеспечить увеличение доходов

Наличие элементов управления комплексными работами



Источник: Aberdeen Group, 2008

и рентабельности, повышение степени удовлетворенности заказчиков, увеличение загрузки сервисных специалистов, сокращение временных и других затрат, исключение штрафов за нарушение уровней сервиса.

Приложения для управления сервисным обслуживанием довольно новое явление для России, они более распространены в Северной Европе. Однако, например, финская компания Digia, которая предоставляет решения по автоматизации процессов в данной области, также работает и в России.

В 2008 году компания Aberdeen Group при поддержке Hitachi Consulting Corporation проанализировала деятельность компаний сферы услуг, более 60% которых относились к малым и средним организациям. Были выделены три основные группы компаний, которые условно были названы «лучшие», «средние» и «отстающие» с точки зрения показателей их бизнеса и положения на рынке. Далее исследова-

тели сделали анализ на предмет стандартизации процессов и управления, накопления знаний, применяемых технологий и производительности деятельности. В результате была выявлена явная связь успешности компаний с применением современных технологий и инструментов для организации сервисной деятельности и технического обслуживания.

Диаграмма отражает тот факт, что у «лучших» компаний больше используются современные технологии и инструменты эффективного сервисного обслуживания.

Стоит ли ждать, когда западные сервисные компании придут к нам со своими отточенными сервисными процессами? Уже сейчас есть возможность улучшения деятельности сервисных компаний, а как показывают приведенные ниже примеры, необходимость в этом уже чрезвычайно остра.

Пример негативный. В некой компании при взаиморасчетах с заказчиком за оказанные услуги, финансовый

отдел начал довольно часто получать встречные претензии с рассчитанными четко в соответствии с договорами штрафами. Иногда они практически совпадали со стоимостью ежемесячно оказанных заказчику услуг.

Пример позитивный. При интеграции гипермаркетов «Карусель» в структуру X5 Retail Group (источник: интервью с директором по управлению IT X5 Retail Group, CNEWS) процедуру по открытию магазина заново при изначальном плане в 1 месяц удалось сократить всего до 3,5 дней. Причем это было сделано в нескольких регионах России! Можно себе представить, как сильно были изменены требования к подрядчикам работ в этом случае.

Однако никакие современные технологии не позволят добиться результата, если у руководителей компании нет понимания, что необходимо продолжать инвестиции в развитие. Наступило время для того, чтобы открыть «второе дыхание» своей компании. **TR**

реклама



Digia обладает уникальным сочетанием опыта в разработке систем управления предприятием, решений для мобильных устройств и реализации веб-приложений.

С помощью самых современных информационных технологий и инновационных решений в области веб-сервисов, основных бизнес-систем и мобильных приложений, наши клиенты получают доступ к улучшенным услугам, повышению эффективности деятельности и увеличению объема продаж.

Стратегия компании ориентирована на собственные и сторонние продукты и услуги, а также на профессионализм сотрудников и высококачественное управление проектами. Она объединяет все эти средства, чтобы гарантировать реализацию потребностей клиента, независимо от развития проекта

Свяжитесь с нами чтобы получить более подробную информацию о наших предложениях, услугах и решениях.

Диджия РУС
190103, Россия, Санкт-Петербург
ул. 10-я Красноармейская, д. 15
тел. +7 (812) 332-08-07 (доб. 131)
Александр Шахвердов

www.digia.com

digia