



АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ, РАБОТАЮЩЕЙ С КЛИЕНТАМИ С ПОМОЩЬЮ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ

(Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева)

Применение различных технологий маркетинга позволяют компании достигать прибыльности и эффективности на рынке посредством осуществления планирования, организации работы, анализа и контроля результатов рыночной деятельности компании, ее конкурентов и ситуации на рынке.

Рассмотрим основные технологии маркетинга:

- таргетинг (целеполагание) – выделение по определенным параметрам целевую аудиторию, которой предназначается конкретный продукт компании, на которую рассчитана та или иная реклама этого продукта.

- анализ – технология, включающая в себя деятельность по исследованию и изучению рынка товаров и услуг, наличия и уровней спроса на те или иные продукты, товары, услуги, изучение в динамике ценовой политики на рынке, получение данных и определение отношения потребителей к определенным видам товаров с целью повышения спроса на товары компании.

- прогнозирование – одна из важнейших технологий маркетинга и представляет собой приемы и способы проведения маркетинговых исследований, в целях оценки перспективности рынка, возможностей его развития, отслеживания динамики цен и тенденций их изменения на период прогнозирования.

Таким образом, технологии маркетинга, применяемые компанией, позволяют ей работать на верно определенном рыночном сегменте, обеспечивать высокий уровень отклика определенной целевой категории потребителей благодаря изучению тенденций развития рынка и потребностей подписчиков. Но сбор и обработка результатов для оценки эффективности маркетинговой стратегии занимает от 30 до 70% рабочего времени менеджеров среднего и высшего звена. Так как эффективная маркетинговая стратегия становится ключевым фактором успеха, основным инструментом повышения скорости обработки данных становится использование автоматизированных систем управления.

Международный Образовательный Центр ОПТИМА СТАДИ (группа компаний) является ведущей российской компанией в сфере образования за рубежом. ОПТИМА СТАДИ является членом Ассоциации российских консультантов по образованию и Торгово-промышленной палаты РФ. ОПТИМА СТАДИ официально представляет на российском рынке ведущие учебные заведения Великобритании, Ирландии, США, Канады, Швейцарии, Австралии, Новой Зеландии, Франции, Германии, Испании, Италии, Мальты, Чехии, Китая и предлагает: изучение иностранных языков, академические программы, курсы повышения квалификации, тренинги и стажировки. Компания издает научно-



популярный, методический журнал на двух языках «МЕЖДУНАРОДНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ и ЯЗЫКИ». Журнал предназначен для руководителей и специалистов вузов, профессиональных и средних учебных заведений, а также широкого круга читателей, интересующихся различными аспектами международного. ОПТИМА СТАДИ ежегодно проводит международные образовательные выставки, конференции, семинары, дни открытых дверей и презентации зарубежных учебных заведений в крупных городах России.

Для автоматизации процессов отправки рассылки и получения статистики о ее эффективности для ОПТИМА СТАДИ автором разработана автоматизированная система, которая предназначена для сбора, хранения, группировки различной статистики и информации о действующих клиентах, их интересах и основных целевых группах пользователей.

Рассмотрим процессы предприятия, которые были автоматизированы:

- отправка Email и SMS рассылки пользователям;
- контроль за отправкой рассылки пользователям;
- создание единой для всех филиалов базы данных клиентов (подписчиков) и организация доступа к ней;
- создание единого интерфейса доступа к базе данных на базе программного пакета Microsoft Access;
- отображение статистики в графической форме;
- использование метода кластерного анализа для определения предпочтений целевых групп подписчиков.

При отправке рассылки необходимо:

- сформировать по выбранному параметру из БД список для рассылки;
- произвести рассылку, используя внутренние сервера или внешние сервисы;
- создать протокол отправки, лог файл и внести в БД информацию о рассылке;
- проинформировать о результате рассылки ответственного сотрудника компании.

Для контроля за отправкой рассылки:

- просмотр отчетов о рассылках;
- просмотр списка критических ошибок и предупреждений, созданных во время отправки рассылки;
- просмотр отчета о списке «мертвых адресов»;
- просмотр лог файлов с полным протоколированием рассылок.

Для создания единого интерфейса на базе программного пакета Microsoft Access были реализованы следующие функции:

- доступ, добавление, изменение и удаление информации из БД с учетом прав доступа пользователя;
- импорт и экспорт данных из таблиц и выборок в файлы офисных форматов;
- создание отчетов по стандарту организации для упрощения документооборота компании;



- просмотр общей статистики по отправке рассылок;
- редактирование параметров рассылок и классификация интересов подписчиков;
- авторизация пользователя и обеспечения целостности данных;
- возможность использования фильтров и выборок во время работы с информацией;

Для отображения статистики были созданы типовые формы с отчетами, диаграммами, графиками и трендами на наиболее популярные запросы к базе данных сотрудников компании. Это позволяет быстро получить тренд изменения динамики различных факторов. Используемая система кластерного анализа позволяет группировать клиентов на группы автоматически, что упрощает процесс управления подписчиками.

Модуль отправки и система управления им реализована на языке программирования высокого уровня С# в среде программирования Microsoft Visual Studio 2015, в качестве СУБД используется MySQL 5.5, клиентское приложение реализовано на языке VBA в программном пакете Microsoft Access.

Внедрение системы позволит снизить затраты на оплату услуг сервисов рассылки. Благодаря централизации системы и создания общего сервера с базой данных, каждый отдел компании может в любое время получить доступ к актуальной информации. Использование современных протоколов обмена сообщениями с Email серверами позволяет использовать уникально оформленные дизайнерский HTML и MIME контент в почтовых сообщениях, а также присылать брошюры, прайс листы, билеты и т.д. в качестве прикрепляемых файлов. Система формирует список «мертвых адресов», что позволяет вовремя связаться с клиентом и уточнить его данные. Создание типизированных отчетов, графических материалов и кластерный анализ значительно снизит время, которое сотрудники тратят на обмен документами и анализа необходимых данных, выделение целевых групп, актуальность рассылок и мнение аудитории.

Литература

- 1 Основные компоненты баз данных [Электронный ресурс]. – www.proger.org.ua/БД/ (дата обращения 27.10.2016).
- 2 Поиск в глубину [Электронный ресурс]. – <http://kvodo.ru/dfs.html> (дата обращения 20.10.2016 г.).
- 3 Структурные схемы [Электронный ресурс]. – <http://electricalschool.info/main/electroshemy/848-chto-takoe-strukturnaja-skhema.html> (дата обращения 02.02.2015г.).
- 4 Зеленко, Л.С. Методические указания к лабораторному практикуму по дисциплине «Программная инженерия» [Текст]/ Л.С. Зеленко. – Самара: СГАУ, 2012. – 51 с.
- 5 Академия Microsoft: Методы и средства инженерии программного обеспечения [Электронный ресурс]. – <http://www.intuit.ru/studies/courses/2190/237/lecture/6118> (дата обращения 17.01.2017 г.).