

МРНТИ 06.81.55
УДК 338.24

М.Т. ДАВЛЕТОВА,¹
к.э.н., доцент.
Ж.Б. ДЖУМАДИЛДАЕВА,¹
PhD.
Т.А. АСАНОВА,¹
ст. преподаватель.
Р.Е. ТАРАКБАЕВА,¹
к.т.н., доцент.
Университет «Туран»¹

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «КАЗАХТЕЛЕКОМ»

Аннотация

Статья посвящена совершенствованию маркетинговой деятельности АО «Казакхтелеком». Авторы приводят конкретные практические рекомендации по оптимизации работы отдела маркетинга и внедрению проекта «Умный дом». Предлагается создать в структуре департамента маркетинга отдел SMM-продвижения, который занимался бы интернет-продвижением телекоммуникационных услуг компании в социальных сетях и будет состоять из трех человек – начальника отдела и двух менеджеров. Необходимо организовать новый канал коммуникаций с клиентами посредством чат-ботов в мессенджерах. SMM-продвижение включает ведение официальных аккаунтов компании в Facebook, Instagram, Tweeter, Telegram, My mail и др., размещение таргетированной, контекстной и других видов рекламы в сети интернет, обновление контента на официальных площадках компании, проведение креативных конкурсов и иных видов активностей в онлайн-сетях, ответы на запросы пользователей и пр. Компании «Казакхтелеком» предлагается расширить перечень услуг «умного дома» – комплексного мониторинга и управления безопасностью в квартире, доме или в офисе посредством приложения на мобильном устройстве. Проект включает комплекс технологий и сервисов для безопасной, экономичной и комфортной жизни в доме. С этой целью предлагается базовый комплект оборудования, сервисное обслуживание, продвижение услуги в СМИ и интернете, обучение персонала, соответствующие каналы сбыта и тарифный план. Система обладает широкими возможностями и преимуществами, которые, несомненно, выгодны потребителям.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, телекоммуникационные услуги, умный дом, SMM-продвижение, социальные сети.

Рынок M2M и интернета вещей являются одной из главных областей роста телекоммуникационных операторов в ближайшей перспективе, требующей пересмотра и трансформации как технологических подходов, так и бизнес-моделей операторов. Но не менее важно изменить сознание и стереотипы людей, потребителей услуг.

Только представьте себе, что вы едете с работы домой, тем временем ваш автомобиль или мобильный телефон передает сигнал, и ваш «умный дом» уже готов встречать своего хозяина: отопление включено, пол подогрет, теплая ванна набрана, ужин готовится... Всего несколько лет назад это казалось фантастикой. Сегодня с развитием технологии интернета вещей (IoT) и M2M (machine-to-machine) будущее становится все ближе.

В США и Европе устройства для умного дома уже стали привычными для людей, вроде телефона: лампы и розетки с подключением к интернету теперь есть практически в каждом доме. Бытовые приборы с приставкой «смарт» появляются в нашем быту все чаще: смартфон, смартТВ, смартхолодильники и другие «умные» гаджеты. В Казахстане концепция Smart home пока не получила широкого распространения, но рынок и спрос уже формируются.

У компании «Казакхтелеком», предоставляющей полный цикл телекоммуникационных услуг, есть большие перспективы завоевать рынок «умных домов» и «умных офисов». На сегодняшний день компания способна обеспечить комплексный подход к организации работы: канал связи, специальное оборудование, а также достойный уровень сервиса [1].

АО «Казакхтелеком» уже предоставляет услугу облачного видеонаблюдения, которая дает возможность пользователям сделать свои офисы и дома более безопасными. Абонент может дистанционно, с помощью приложения в режиме реального времени наблюдать за тем, что происходит у него дома или в офисе. Предприятию нужно идти дальше и расширить спектр услуг для «умного дома» или «умного офиса».

Концепция «умного дома» представляет собой комплексное решение мониторинга и управления безопасностью в квартире, доме или в офисе посредством приложения на мобильном устройстве.

«Smart home» – это система современных технологий для безопасной, экономичной и комфортной жизни в доме.

Основные возможности системы:

- ♦ мониторинг событий в помещении абонента посредством IP-видеокамеры и набора датчиков, через мобильное приложение на смартфоне в режиме реального времени. Приложение доступно на платформах Android, iOS;

- ♦ получение и сбор информации от установленных датчиков с push-уведомлением о случившихся событиях и архивом по событиям;

- ♦ в дальнейшем появится возможность составления сценариев управления набором датчиков и IP-видеокамерой;

- ♦ возможность локального сохранения видеоданных на компьютере [2].

Целевой сегмент продукта:

- ♦ абонент – собственник, арендатор квартиры/дома;

- ♦ пользователь – семья, которой необходимо обеспечить безопасность в доме, включая:

- 1) наблюдение за домочадцами (к примеру, дети, пожилые родители);

- 2) мониторинг сохранности недвижимости и его имущества;

- ♦ клиент должен быть подключен к услугам широкополосного доступа сети интернет от «Казакхтелеком».

Базовый комплект оборудования будет включать одну IP-видеокамеру и набор из датчиков движения, открытия дверей и окон, сенсоры температуры и влажности, датчик задымления (сирена), датчики протечки газа, протечки воды, умные розетки. По желанию абонента может быть установлен дополнительный набор камер и датчиков.

Чтобы подключить услугу «умный дом», клиенту необходимо подать заявление в пунктах собственной сети сервиса АО «Казакхтелеком».

Сервисное обслуживание. Техническая поддержка абонентов будет производиться в следующем порядке: пользователь обращается в центральное бюро ремонта АО «Казакхтелеком» (ЦБР) по номеру 160. Сотрудники ЦБР производят тестирование линий и первичную диагностику средствами измерения. Если проблема не была решена силами центрального бюро ремонта, то специалисты выезжают и выполняют работы на стороне абонента.

Методы продвижения:

- ♦ размещение рекламы в личном кабинете: <http://telecom.kz>;

- ♦ реклама в социальных сетях (Facebook, Instagram tweeter, telegram);

- ♦ реклама в средствах массовой информации;

- ♦ контекстная реклама в поисковых системах;

- ♦ презентации в пунктах продаж;

- ♦ баннерная реклама на порталах общества;

- ♦ продвижение через КСК.

Абонентская плата за пользование услугой представлена в таблице 1 (стр. 69).

Каналы сбыта:

- 1) личный кабинет абонента iD Port;

- 2) дилерская сеть;

- 3) пункты сети сервиса;

- 4) центры активных продаж в филиалах;

- 5) контакт-центр;

- 6) продажи внутри компании.

Таблица 1 – Тарифный план услуги «умный дом»

Оборудование, которое предоставляет клиенту АО «Казхателеком»	Абонентская плата
Контроллер – 1 шт. Видеокамера – 1 шт. Датчик дыма (сирена) – 1 шт. Датчик движения – 1 шт. Датчик открытия дверей/окон – 1 шт. Датчик протечки газа – 1 шт. Датчик протечки воды – 1 шт. Умные розетки – 1 шт.	3 500 тенге
Примечание – Составлено авторами на основании источника [1].	

Для более качественного обслуживания клиентов и предоставления высокого уровня сервиса рекомендуется провести следующие мероприятия:

- ♦ необходимо провести обучение персонала точек продаж компании, дилеров, партнеров преимуществам услуги Smart Home.

- ♦ обучить технический персонал инсталляции услуги, тестированию, диагностике.

- ♦ работникам фронт-офисов рекомендуется ставить в известность покупателей услуги iD Net/Megaline и пакетов услуг о наличии продукта, ссылаясь на порталы и сайты, содержащие более подробную информацию.

В целях оптимизации деятельности департамента маркетинга, на наш взгляд, целесообразно передать функционал по продвижению услуг компании в сети интернет из службы по связям с общественностью центрального аппарата в департамент маркетинга дивизиона по розничному бизнесу. Предлагаемый нами новый отдел SMM-продвижения в структуре департамента маркетинга будет состоять из трех человек – начальника отдела и двух менеджеров.

Маркетинговые коммуникации в социальных сетях имеют большие преимущества как перед другими инструментами онлайн-маркетинга, так и перед традиционными рекламными средствами.

Особенности SMM-продвижения:

- ♦ прямая коммуникация с целевой аудиторией;
- ♦ отслеживание реакции пользователей в постоянном режиме настоящего времени;
- ♦ ежедневный и непосредственный контакт с целевыми потребителями;
- ♦ большой резонанс при успешности кампании по относительно низкой стоимости продвижения (желание пользователей делиться информацией, распространять посты о бренде);
 - ♦ оперативность;
 - ♦ широкий охват целевой аудитории;
 - ♦ наращивание онлайн- и офлайн-активности в социальных медиапродуктах (постоянный постинг в ленте);
 - ♦ использование таргетированной рекламы;
 - ♦ возможность использования нестандартных интерактивных форматов;
 - ♦ событийный маркетинг [3].

Основные функции предлагаемого отдела SMM-продвижения

Начальник отдела:

- ♦ разработка стратегии SMM-продвижения компании в сети интернет;
- ♦ осуществление всех видов координационных работ, связанных с эксплуатацией официальных аккаунтов компании в социальных сетях;
 - ♦ координация работы по ведению SMM в онлайн-сетях, форумах, блог-платформах;
 - ♦ контроль над своевременным обновлением контента, актуализацией, оперативной обработкой данных, модерацией и организацией обратной связи;
 - ♦ разработка концепции, сценарных планов документальных фильмов, дневников мероприятий, видеороликов о деятельности компании;
 - ♦ обеспечение организации съемочного процесса;

- ♦ распределение зон ответственности по каждому проекту;
- ♦ сбор, анализ и корректировка информационного поля с подготовкой аналитического отчета.

Менеджер 1:

- ♦ разработка и обновление контента на официальных площадках компании в соцсетях;
- ♦ разработка и проведение креативных идей конкурсов и иных видов активностей в онлайн-сетях;
- ♦ обеспечение дизайнерской группы техническим заданием по изготовлению визуалов для визуализации новостей, рубрик, изменению дизайна оформления страниц компании в соц-сетях, обеспечение контроля над исполнением;
- ♦ размещение таргетированной, контекстной и других видов рекламы в сети интернет.

Менеджер 2:

- ♦ мониторинг, анализ, адаптация ответов на вопросы посетителей официальных блог-платформ;
- ♦ модерация и организация обратной связи на официальных площадках компании и в социальных сетях: сбор вопросов, взаимодействие с ответственными подразделениями, направление запросов;
- ♦ подготовка ответов на запросы пользователей онлайн-сетей и их обработка;
- ♦ проведение работ по сбору информации внутри компании и ее обработке.

Налаживание обратной связи с клиентами на официальных площадках компании в социальных сетях очень важно, ведь недовольный клиент может превратиться в потенциального клиента конкурентов.

Сегодня сложно представить свою жизнь без сетей интернет и мессенджеров, тем более что основная часть платежеспособного населения предпочитает использовать более современные средства коммуникаций.

Именно поэтому необходимо организовать новый канал коммуникаций с клиентами посредством чат-ботов в мессенджерах. У данного канала коммуникаций есть ряд преимуществ:

- ♦ заменяет первую линию технической поддержки;
- ♦ освобождает сотрудников от множества рутинных операций, таких, как ответы на частые вопросы;
- ♦ не нужно, чтобы круглосуточно дежурил менеджер;
- ♦ ускоряет ответы клиентам, делает удобнее обмен данными с ними;
- ♦ правильно настроенный чат-бот мгновенно может достать из базы данных информацию о той или иной услуге;
- ♦ возможность проведения опросов и конкурсов;
- ♦ возможность оповещать клиентов о проходящих акциях или новостях.

Преимущества от настройки канала для обмена сообщениями с абонентами в WhatsApp будут состоять в следующем:

- ♦ оператор видит все диалоги всех мессенджеров и из всех интернет-сетей в едином окне;
- ♦ с одного и того же номера WhatsApp или Viber могут работать несколько операторов, можно разграничивать их права доступа в системе;
- ♦ есть функции отчетности, сбора статистики и скачивания картинок и документов;
- ♦ ни одно клиентское обращение не теряется, все они будут обработаны [4].

Чтобы перейти в чат, абоненту нужно будет просто перейти по ссылке со страницы соцсети или сайта компании.

Работа отдела SMM-продвижения позволит более активно рекламировать телекоммуникационные услуги предприятия с использованием современных популярных интернет-ресурсов и при минимальных финансовых затратах.

Таким образом, предлагаемые рекомендации будут способствовать совершенствованию маркетинговой деятельности АО «Казахтелеком», более эффективному продвижению телекоммуникационных продуктов компании, привлечению внимания потенциальных потребителей, увеличению объема реализации услуг связи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Официальный сайт АО «Казактелеком» / Другие услуги / Умный дом: // www.telecom.kz Умный дом // <https://iot.ru/wiki/umnyy-dom>.
- 2 Умный дом: // <https://iot.ru/wiki/umnyy-dom>.
- 3 Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. – М.: Юрайт-Дана, 2017. – 278 с.
- 4 Чат-боты для WhatsApp: // <https://integrus.ru/blog/chatbot-whatsapp.html>.

Аңдатпа

Мақала «Қазактелеком» АҚ маркетингтік қызметін жетілдіруге арналған. Авторлар маркетинг бөлімінің жұмысын оңтайландыру және «Ақылды үй» жобасын іске асыру бойынша нақты тәжірибелік ұсыныстар береді. Әлеуметтік желілерде компанияның телекоммуникациялық қызметтерін интернет-жылжытумен айналысатын маркетинг департаменті құрылымында SMM жылжыту бөлімін құру ұсынылады, оның құрамына үш адам – бөлім бастығы және екі менеджер кіреді. Жедел хабар алмасу желісіндегі чат боттары арқылы клиенттермен байланыстың жаңа арнасын ұйымдастыру қажет. SMM жылжыту Facebook, Instagram, Tweeter, Telegram, My mail және т.б. компанияның ресми аккаунттарды жүргізуді, интернетте мақсатты, контекстік және басқа жарнамаларды орналастыруды, компанияның ресми сайттарындағы мазмұнды жаңартуды, әлеуметтік желілерде конкурстардың және басқа да қызмет түрлерінің шығармашылық идеяларын жүргізуді, пайдаланушылардың сұрауларына жауаптарды және т.б. қамтиды. «Қазактелеком» компаниясы «Ақылды үй» қызметтерінің тізімін, яғни ұялы құрылғыдағы қосымша арқылы пәтерде, үйде немесе кеңседе қауіпсіздікті бақылау мен басқарудың кешенді шешімін кеңейтуді ұсынады. Жоба үйде қауіпсіз, үнемді және жайлы өмір сүруге арналған бірқатар технологиялар мен қызметтерді қамтиды. Бұл үшін жабдықтардың негізгі жиынтығы, сағудан кейінгі қызмет, БАҚ-та және Интернетте қызметтерді жылжыту, қызметкерлерді оқыту, тиісті тарату арналары және тарифтік жоспар ұсынылған. Жүйенің кең мүмкіндіктері мен артықшылықтары бар, олар тұтынушылар үшін пайдалы.

Тірек сөздер: маркетинг қызметі, телекоммуникация қызметтері, ақылды үй, SMM жылжыту, әлеуметтік желілер.

Abstract

The article is devoted to improving the marketing activities of JSC “Kazakhtelecom”. The authors provide specific practical recommendations for optimizing the work of the marketing department and the implementation of the “Smart Home” project. It is proposed to create an SMM promotion department in the structure of the marketing department, which would be engaged in the Internet promotion of telecommunications services of the company in social networks, and which will consist of three people – the head of the department and two managers. It is necessary to organize a new channel of communication with customers through chat bots in instant messengers. SMM promotion includes maintaining official company accounts on Facebook, Instagram, Tweeter, Telegram, My mail etc.; placement of targeted, contextual and other types of advertising on the Internet; updating content on official sites of the company; conducting creative ideas of contests and other types of activities in social networks; answers to users’ requests, etc. Kazakhtelecom is recommend to expand the list of “Smart Home” services – a comprehensive solution for monitoring and managing security in an apartment, house, or office through an application on a mobile device. The project includes a range of technologies and services for a safe, economical and comfortable life in the house. For this purpose, a basic set of equipment, after-sales service, promotion of services in the media and the Internet, staff training, appropriate distribution channels and a tariff plan are offered. The system has wide facilities, and advantages, which are undoubtedly beneficial to consumers.

Key words : marketing activities, telecommunications services, smart home, SMM promotion, social networks.