

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE MARKETING TOOLS

Даньшин Е.А., магистрант ФГБОУ ВО «Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова», Воронеж, Россия. **Danshin E.A.**, master student Voronezh State University of Forestry and Technologies named after G.F. Morozov, Voronezh, Russia.

Авдеева И.А., кандидат сельскохозяйственных наук, доцент кафедры Менеджмента и экономики предпринимательства, ФГБОУ ВО Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова, Воронеж, Россия. **Avdeeva I.A.**, candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor of the Department of Management and Economics of Entrepreneurship, Voronezh State University of Forestry and Technologies named after G.F. Morozov, Voronezh, Russia.

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы внедрения инновационных маркетинговых инструментов для бизнеса. Рассматривается метод NPS как эффективный инструмент для измерения лояльности клиентов и улучшения взаимоотношений с ними. Предоставляется актуальная информация для внедрения в бизнес форм обратной связи. Рассматриваются вопросы универсализации, улучшения и внедрения новых и актуальных форм сбора NPS и форм обратной связи.

Abstract: The article discusses the implementation of innovative marketing tools for business. The NPS method is considered as an effective tool for measuring customer loyalty and improving relationships with them. Up-to-date information is provided for the implementation of business feedback forms. The issues of universalization, improvement and implementation of new and relevant forms of NPS collection and feedback forms are considered.

Ключевые слова: маркетинг, инновация, NPS, сбор обратной связи, маркетинговые инструменты.

Keywords: marketing, innovation, NPS, feedback collection, marketing tools.

В настоящее время маркетинг является частью успешной стратегии любой компании. Постоянно развивающиеся технологии и увеличение объёма маркетинговых данных генерируют необходимость создания новых маркетинговых инструментов.

Одной из инноваций маркетинга является метод NPS, который является эффективным инструментом для измерения лояльности клиентов и улучшения взаимоотношений с ними. Когда клиенты довольны они рекомендуют компанию и формируют положительные отзывы. Клиенты, испытавшие разочарование, делятся неудачным опытом, формируя критические замечания. Всё это оказывает влияние на репутацию компании. Возникает необходимость в отслеживании негативных моментов. Для этого используют индекс лояльности клиентов – NPS, Net Promoter Score (англ. — индекс потребительской лояльности) это показатель приверженности потребителя товару или компании. Потребительская лояльность – это привязанность клиентов к компании, готовность пользоваться её товарами или услугами снова

и снова. Она возникает после опыта положительного взаимодействия потребителя с компанией и формирует доверие. Лояльные клиенты становятся постоянными покупателями и активно рекомендуют товары и услуги компании.

Для расчёта NPS проводят опрос. После проведения опроса выделяют три группы респондентов: сторонники (промоутеры), нейтралы и критики. Определяют долю каждой группы и рассчитывают NPS как разность между долями сторонников и критиков. Чем больше значение показателя, тем выше лояльность потребителей. Чтобы определить оптимальный ли у компании показатель индекса лояльности его значение сравнивают с отраслевыми стандартами или собственными результатами по прошлым периодам.

Изменение индекса напрямую влияет на прибыль. Довольные клиенты больше покупают, рекомендуют, и возникает эффект «сарафанного радио».

Кроме того, NPS помогает понять, как улучшить клиентский опыт, если после поставленной оценки потребитель оставляет комментарии. Можно отслеживать изменения индекса в динамике, выявлять факторы, повлиявшие на эти изменения и пытаться влиять на эти факторы.

Формы обратной связи и сбор NPS являются неотъемлемым инструментом в работе с клиентом. Как в малом, среднем, так и в большом бизнесе. С помощью этих маркетинговых инструментов компания осуществляет связь с клиентом. Подобный подход позволяет оперативно реагировать на любые недовольства клиента, изменения отношения к компании и даёт возможность быстрее реагировать на изменения тенденций. Замеры построены на вопросах, связанные с рекомендациями по отношению к компании, которая делает опрос. После сбора NPS у компании появляется четкая и понятная структура, что необходимо делать, чтобы удержать клиента счастливым и даёт возможность отрабатывать негатив. Метрика показывает [1]. Сбор NPS можно осуществлять через Модули для Bitrix24 [2], с помощью Google Form [3] или привлекать менеджеров для этой работы.

Одним из главных стандартов требований в менеджменте, по отношению к системе качества продукции, является ГОСТ Р ИСО 9001-2015 [4]. Очень важно сформировать правильную обратную связь при производстве нового продукта. Как физического, так и интеллектуального. Этот ГОСТ базируется на процессном подходе, который включает цикл "Планируй - Делай - Проверь - Действуй" (PDCA), и риск-ориентированное мышление.

Цикл PDCA позволяет распределять правильно ресурсы менеджмента, а также сформировать правильную базу для реализации возможностей для улучшения.

Процессный подход помогает организации планировать свои процессы и их взаимодействие.

Риск-ориентированное мышление помогает менеджерам найти факторы, которые могли бы привести к отклонениям от запланированных результатов, а также внедрить предупреждающие средства управления, одним из которых и есть формы обратной связи с сбор NPS.

Пункт 9.2.1 ГОСТа Р ИСО 9001-2015 [4] говорит о том, что организация обязана проводить мониторинг данных, чтобы понять уровень удовлетворённости потребителя своим продуктом. Для этого необходимо определить методы получения информации. Формирования

из этого пласта информации данных и формирование процессов, которые должны привести к выводу.

Для обеспечения высокого уровня удовлетворенности потребителей и улучшения взаимоотношений между компаниями и их клиентами разработаны стандарты ГОСТ Р ИСО 10001 [5] - ГОСТ Р ИСО 10004 [6]. Эти стандарты позволяют более эффективно применять ГОСТ Р ИСО 9001-2015 и сосредоточены на управлении качеством, ориентированном на потребителя. Важно понимать, что ИСО 9001 и ИСО 9004 совместимы между собой и работают в тандеме для достижения единой цели – повышение качества продукта посредством сбора информации от клиентов.

Немаловажным моментом понимания эффективности, в том числе в разрезе общего вопроса про сбор NPS является Закон Парето [7]. При формировании форм обратной связи очень важно знать не только конечный результат сбора NPS, но и фактически понимать какой % опрошенных будут фигурировать как главный клиент вашего продукта. К кому нужно прислушиваться больше всего, и какая часть клиентов будет приносить вам больше денег. Ведь противоречия между пожеланиями клиентов нужно будет определять именно в ту сторону, которая будет приносить большую прибыль.

На данный момент крайне важно организовать правильный сбор обратной связи от клиентов и вовремя менять структуру и KPI по NPS. Чем больше будет собрано информации от клиентов, тем дольше и эффективнее проживёт товар, который выпускается компанией.

Компаниям необходимо ставить чёткие и измеримые цели, это позволяет им расти. Уровень удовлетворённости клиентов можно измерить, и повышение индекса можно считать подходящей задачей для любой компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Зачем нужен NPS. Что такое NPS и как рассчитать индекс лояльности клиентов. КонтурКомпас официальный сайт. URL: https://kontur.ru/compass/spravka-compass/22719-chto_takoe_nps_i_kak_rasschitat_indeks_loyalnosti_klientov
2. Оценки NPS (Net Promoter Score) — индекс лояльности ваших клиентов. Модуль для Bitrix24. Официальный сайт Bitrix24. URL: <https://www.bitrix24.ru/apps/app/techdir.npsvote/>
3. Как организовать сбор NPS для бизнеса: пошаговая инструкция/ Этап 1: сбор NPS и обратной связи. Официальный сайт VC.ru URL: <https://vc.ru/marketing/934485-kak-organizovat-sbor-nps-dlya-biznesa-poshagovaya-instrukciya>
4. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Системы менеджмента качества. Требования. : Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200124394>
5. ГОСТ Р ИСО 10001-2009. Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Рекомендации по правилам поведения для организаций. : Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200073894>
6. ГОСТ Р ИСО 9001-2020. Менеджмент качества. Удовлетворённость потребителя. Руководящие указания по мониторингу и изменению. : Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200175067>

7. Закон Парето. Википедия. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD_%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%BE

REFERENCES

1. Why is NPS needed? What is NPS and how to calculate the customer loyalty index. Konturkompass official website. URL: https://kontur.ru/compass/spravka-compass/22719-chto_takoe_nps_i_kak_rasschitat_indeks_loyalnosti_klientov
2. NPS Scores (Net Promoter Score) — the loyalty index of your customers. A module for Bitrix24. The official website of Bitrix24. URL: <https://www.bitrix24.ru/apps/app/techdir.npsvote/>
3. How to organize the collection of NPS for business: step-by-step instructions/ Stage 1: Collecting NPS and feedback. Official website VC.ru URL: <https://vc.ru/marketing/934485-kak-organizovat-sbor-nps-dlya-biznesa-poshagovaya-instrukciya>
4. GOST R ISO 9001-2015. Quality management systems. Requirements. : Electronic fund of legal and regulatory-technical documents. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200124394>
5. GOST R ISO 10001-2009. Quality management. Customer satisfaction. Recommendations on the rules of conduct for organizations. : Electronic fund of legal and regulatory-technical documents. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200073894>
6. GOST R ISO 9001-2020. Quality management. Customer satisfaction. Guidelines for monitoring and modification. : Electronic fund of legal and regulatory-technical documents. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200175067>
7. Pareto's Law. Wikipedia. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD_%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%BE