

Инновации в сфере мобильных решений: изменение ожиданий заказчиков

Одного лишь обслуживания заказчиков становится недостаточно. Новым критерием является *качество их обслуживания*.

В сегодняшних условиях высокой мобильности, когда связь требуется всегда и повсеместно, жизненно необходимым становится комплексный подход к отношениям с заказчиком. Согласно статье в [Harvard Business Review](#) за сентябрь 2013 г., «The Truth About Customer Experience» (Вся правда о качестве обслуживания заказчиков), в сегодняшних условиях идеально выполненная «точечная» работа с заказчиком, например предоставление ему тех или иных услуг, не может принести тех выгод для бизнеса, которые были возможны в прошлые годы. Вместо этого используется понятие качества обслуживания как «совокупности опыта и впечатлений заказчика в нескольких точках сотрудничества по нескольким направлениям за тот или иной период». Это новый критерий удовлетворенности заказчика и хорошее подспорье в увеличении объемов прибыли.

В настоящий момент такая быстрая переориентация на качество обслуживания заказчика обнаруживается в самых различных отраслях. Целые группы специалистов по продажам выходят из-за своего прилавка, чтобы привлечь потенциального заказчика новыми индивидуальными подходами к работе. Работа представителей отделов клиентского обслуживания во многом зависит от наличия у них мобильных решений, которые бы позволяли им находить новую информацию и отвечать на вопросы в режиме реального времени посредством телефонных звонков, текстовых и электронных сообщений или видеоконференций. Специалисты здравоохранения также пользуются преимуществами новых мобильных решений, с помощью которых они получают нужную информацию в нужный момент времени, что повышает эффективность их работы как в приемной, так и в операционном зале.

Теперь, как никогда раньше, становится очевидным, что средства связи объединяют людей, процессы, данные и вещи, что стимулирует развитие компаний.

Гарантированный успех

Поскольку подключение к сети Wi-Fi предоставляется заказчику как еще одна услуга под маркой компании, его качество должно быть безупречным. При выборе решения мобильного доступа, предоставляемого заказчику, необходимо учитывать следующее:

- Количество пользователей на одну точку доступа, вероятнее всего, будет превышать расчетное (особенно в горячее время), поэтому большое значение имеют их количество и производительность.
- Поскольку пользователь перемещается по месту, его мобильность возрастает. По этой причине решение мобильного доступа должно предусматривать более высокую плотность точек доступа и быстрый роуминг (с прозрачным переходом от одной точки доступа к другой).
- Решение мобильного доступа должно обнаруживать и устранять как можно быстрее различные нарушения, например высокочастотные помехи.
- Услуга мобильного доступа должна быть привлекательной, то есть оптимизированной для просмотра видео, мультимедийных данных и работы в интерактивном режиме.

Следующий этап развития мобильного доступа

Для обеспечения связи между сотрудниками и устройствами на предприятиях уже повсеместно используются беспроводные сети (Wi-Fi и сотовые). Все больше стационарно работающих заказчиков также хотят иметь возможность безопасного подключения – для прочтения новостных сводок LinkedIn, просмотра электронной почты, поиска информации в сети Интернет или работы с приложениями. Компаниям это дает преимущество беспроводного подключения к потребителю, что позволяет им получать информацию о местах его нахождения и о его поведении в режиме реального времени. Иногда это бывает крайне полезно.

Следующий этап развития мобильного доступа вместо предоставления одного подключения к сети Интернет потребует от поставщиков создания для заказчика индивидуальных и всеобъемлющих решений на основе интеллектуальной инфраструктуры. Благодаря этому перед организациями открываются поистине бескрайние возможности для более тесного сотрудничества с заказчиком, развития отношений с ним, формирования лояльности к бренду и открытия новых каналов прибыли в безопасных и управляемых условиях. Например, организации могут:

- **Предоставлять контекстуальный географически привязанный контент –** Организации для заказчиков, подключенных к их беспроводной сети, используют приложения установки геозон. Такие приложения позволяют отслеживать перемещения заказчика и отправлять контент и предложения продуктов в зависимости от места и зоны, в которых тот в данный момент находится. Например, компания розничной торговли может определять, когда потребитель находится около того или иного магазина или той или иной витрины и вслед за этим отправлять ему/ей соответствующие рекламные предложения в веб-браузер, приложение или даже в виде SMS-сообщения. Такую специально подобранную информацию можно сохранить для рекламных рассылок в будущем или для того момента, когда потребитель вновь окажется в данном месте продаж.
- **Доступ к расширенным географически привязанным аналитическим данным на основе подключения Wi-Fi –** Позволяет из необработанной географически привязанной информации получить мощный аналитический инструмент, помогающий лучше понимать перемещения потребителей в том или ином здании или в том или ином диапазоне сети Wi-Fi. Например, аэропорт, которому нужно отличать прибывающих пассажиров от вылетающих, может получить такую информацию, проанализировав порядок перемещений пассажиров между зданием аэропорта и прилегающей у нему территорией. Пассажирам можно присвоить множество других логических меток, чтобы обеспечить надежный и управляемый способ контроля использования ими общих маршрутов и даже прогнозировать их перемещения в зависимости от задержек и отмены рейсов, оптимизируя тем самым потоки пассажиров и предотвращая их скопление.

- **Привлечение потребителя с помощью программ лояльности в реальном режиме времени** – Постройте мост между двумя мирами: сетевым миром, который характеризуется наличием точных аналитических данных о предпочтениях и изменении поведения заказчика, и реальным миром. Например, гостиница может отправлять своим гостям предложения со специальными ценами и рекламными акциями, когда те пользуются приложением гостиницы во время своего нахождения в ней, беря за основу их профиль и историю посещений в прошлом. И возможности на этом не заканчиваются. Для повышения качества обслуживания во время следующих посещений можно сохранять и использовать различные предпочтения гостя: от желательной температуры в комнате до любимых блюд, заказываемых в номер.
- **Улучшение опыта пребывания в том или ином месте** – Беспроводная инфраструктура может улучшить опыт физического пребывания заказчика или конечного пользователя. Приложения поиска маршрута по подписке, например, предоставляют интерактивные карты, по которым заказчики и гости могут быстрее найти нужное место и получить дополнительную информацию, а также услуги, связанные с данным местоположением. Посетители музея могут получить на своих смартфонах интерактивную карту выставок с возможностью доступа к информации и мультимедийным данным об экспонатах, которые они проходят в тот или иной момент. Кроме того, мобильная технология с наведением на объект (Focus Aware Mobility), совмещающая в себе стандартные данные GPS-навигации с информацией об объекте, на который мобильный пользователь навел свой смартфон, также дает толчок эволюции качества обслуживания заказчиков, предоставляя множеству пользователей географически привязанные возможности совместного доступа к информации по месту действия. В местах проведения концертов или спортивных мероприятий может предоставляться возможность одновременного просмотра или передачи данных о мероприятии между пользователями. В свою очередь, организации могут оценивать реакцию и поведение зрителей в режиме реального времени.

Грамотный подход к привлечению покупателя

Новые возможности благодаря привлечению покупателей с помощью мобильного доступа к сети



Такие возможности мобильного доступа можно использовать в самых разных сферах деятельности для обнаружения и привлечения потребителей и налаживания отношений с ними (см. таблицу 1).

Таблица 1. Использование возможностей мобильного доступа в разных сферах деятельности

| Сфера деятельности | Обнаружение | Подключение | Вовлечение |
|---------------------------|---|---|--|
| Розничная торговля | Позволяет узнать, сколько покупателей находится в вашей точке продаж в тот или иной момент времени; помогает рассчитать нужное количество персонала и график его работы, чтобы избежать неэффективных и дорогостоящих трат на персонал. | Покупателям предлагается войти в сеть Wi-Fi через порталы в разных местах торгового центра, чтобы им было проще определить, что представлено на каждом этаже. | Отправляет на устройство каждого пользователя специально подобранный контент в зависимости от его месторасположения, повышая тем самым качество его/ее пребывания или предлагая целевые промо-акции. |

| | | | |
|---------------------------|--|--|--|
| Транспорт | Оптимизирует потоки пассажиров метро, аэропортов, железнодорожного транспорта и автобусных маршрутов и перенаправляет пассажиров во избежание их скопления. | Люди во время поездок могут заходить в свой профиль сети Facebook и подключаться к сети Wi-Fi для просмотра режима работы транспорта в реальном времени. | С помощью навигации на маршруте пассажиры получают информацию о возможности перехода на другое транспортное направление или о том, как перейти из одного терминала в другой в случае стыковочных рейсов. |
| Образование | <ul style="list-style-type: none"> Позволяет обнаружить, где скапливаются студенты, а также время их чрезмерного скопления. Географически привязанные сервисы позволяют получать предупреждения в случае возможного чрезмерного скопления людей. | Студенты имеют возможность подключиться к сети Wi-Fi в любом месте образовательного учреждения и получить карту университета и другую необходимую информацию. | Индивидуальные туры по территории учреждения с географически привязанной информацией и интересными фактами позволяют студентам и посетителям получить информацию об основных достопримечательностях, малоизвестные факты и т. д. |
| Сфера обслуживания | Снабжает информацией о местах скопления людей для их перераспределения и направления в точки продаж (например, рестораны, бары и т. д.). | Гости могут зайти в сеть Wi-Fi через порталы в любой точке места проведения того или иного мероприятия и узнать, где находятся близлежащие рестораны, автобусные маршруты, торговые центры и т. д. | Предоставляет гостям целевую информацию или рекламные предложения через устройство мобильной связи, например план проведения конференции. |
| Города | Оптимизирует работу местных служб и предупреждает административные органы о наличии транспортных пробок и аварий. | У жителей есть возможность подключиться к местной сети Wi-Fi через социальный канал и узнать о том, что предлагается в том или ином районе. | Географически привязанные сервисы в режиме реального времени предоставляют жителям того или иного района услуги навигации на улице, до достопримечательностей и пр. |

Интеллектуальный подход к услугам мобильного доступа

Поскольку организации стремятся отвечать на новые запросы своих потребителей, а в процессе роста мирового населения количество мобильных устройств тоже растет, в проводных и сотовых сетях, а также сетях Wi-Fi организациям необходимо предлагать [услуги на интеллектуальной основе](#) без ухудшения качества сетевого подключения. Это можно обеспечить, используя услуги мобильного доступа к сети ([Connected Mobile Experiences, CMX](#)) и технологию малых [сот](#), которые позволяют создать архитектуру, предоставляющую пользователям безопасный и эффективный доступ к сети. Для обеспечения индивидуального решения, наилучшим образом отвечающего потребностям предприятия, эти решения можно использовать как вместе, так и по отдельности.

Используя такой целостный подход, компании MGM Resorts удается обеспечивать каждому своему гостю комплексное и индивидуальное обслуживание. Для приложения MGM Resorts Bellagio используется сеть Wi-Fi Cisco® и решение CMX, что позволяет гостям находить различные места оказания услуг, включая услуги питания, места продаж и развлечений, а также пользоваться географически привязанными сервисами для пошаговой навигации до достопримечательностей.

Кроме того, Cisco совместно с поставщиком услуг компании MGM Resorts, Mobilitie, и поставщиком приложения связали в единое целое мобильное приложение, контекстные услуги и беспроводное подключение, повысив тем самым удовлетворенность гостей, ответив на запросы пользователей центра конференц-связи и открыв для себя новые источники дохода.

Если предприятие хочет быть готовым к переменам в сфере мобильного доступа, такой набор инструментов и услуг оказывается жизненно необходимым. Пол Манкевич (Paul Mankiewicz), технический директор Cisco Mobile Internet Technology Group и [идейный вдохновитель](#) технологии малых сот, утверждает: «Качество мобильного доступа пользователей должно быть безупречным, чтобы они и не догадывались о том, чем именно они сейчас пользуются: сетью Wi-Fi, лицензированной технологией малых сот, технологией макросот или каким-то необычным подключением будущего Bluetooth». Такое персонализируемое сетевое решение, как [Cisco Connected Mobile Experiences](#) (CMX), способно обеспечить самое высокое качество мобильного доступа для пользователей.

Будущее решений мобильного доступа

Учитывая быстрое развитие мобильных решений, сегодняшний подход к мобильному доступу по сравнению с прошлыми годами должен быть по-настоящему всеобъемлющим. Компании должны искать пути предоставления своим заказчикам как можно больше возможностей, чтобы идти в ногу со стремительным прогрессом в этой сфере, который стал возможен благодаря высокопроизводительным и высокоинтеллектуальным решениям, создающим новые бизнес-модели и повышающим качество обслуживания.

В будущем мобильный доступ выйдет далеко за рамки телефонов и планшетов. Точкой подключения станет все, что способно передвигаться: автомобили, автобусы, поезда и самолеты – и даже отдельные потребительские товары в составе большой партии, которые перевозят по стране автотранспортом. Появление новых технологий с использованием носимых устройств также меняет наши взгляды на мобильный доступ. Интеллектуальные часы, очки с подключением к сети и электронные татуировки – это лишь немногие из последних инноваций, которые меняют способы подключения к сети.

Решение мобильного доступа Connected Mobile Experiences (CMX) для подключения к сети Wi-Fi через профиль Facebook

Предоставьте своим заказчикам быстрый и простой способ подключения к бесплатной сети Wi-Fi через профиль Facebook. Такое решение, использующее технологию беспроводной сети Cisco, географически привязанные аналитические данные и демографическую информацию из профиля Facebook, позволяет компаниям лучше понять своих потребителей.

Как повысить качество обслуживания заказчика с помощью функций беспроводного подключения с входом в социальные сети?

Например:

- Ресторан может узнать о видах блюд, которые предпочитает гость, из раздела «Обо мне» или из других страниц, отмеченных как понравившиеся, в профиле Facebook гостя.
- Розничный магазин может узнать, какие страницы конкурентов потребитель отметил в Facebook как понравившиеся, а затем в соответствии с этим подготовить рекламное предложение.
- Гостиница может подготовить индивидуальное рекламное предложение, воспользовавшись географически привязанной информацией, которой гости делятся в сети.

В связи с появлением предметов с возможностью подключения к сети Дейв Эванс (Dave Evans), директор по перспективным разработкам Cisco, поясняет: «На самом деле ценность создают не «вещи», ее создают *связи* между людьми, процессами, данными и вещами – Всеобъемлющий Интернет». И хотя уже сегодня ясно, что возможности подключения новых устройств и предметов будут расти, важно, чтобы эти подключения работали вместе. Как компании могут повысить качество обслуживания своих заказчиков с помощью этих новых возможностей подключения?

В будущем портативное устройство с мобильным доступом сможет соединить пациента со службой скорой медицинской помощи. А преподаватели будут использовать во время занятий все больше мобильных устройств, стирая грань между личностным и онлайн-режимами обучения.

Заключение

Как мобильный доступ может помочь в обеспечении максимально высокого качества обслуживания

Для достижения успеха в будущем ключевым условием станет разработка комплексной стратегии мобильного доступа. Такой подход требует от компании выйти за рамки своего обычного способа ведения бизнеса. Правильная стратегия с использованием, например, географически привязанных услуг с мобильным доступом или решений для мобильных сотрудников сможет обеспечить вам преимущества на многие годы в будущем.

Дополнительная информация

Подробнее о решениях Cisco для мобильного доступа можно узнать на веб-странице <http://www.cisco.com/go/mobility>.