

**Анализ проблем функционирования и внедрения веб-приложений для автоматизации процесса взаимоотношения организации с клиентами и пути их решения**

*Юняшин Александр Александрович  
филиал ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» в г. Смоленске  
студент*

**Аннотация**

В данной статье рассматриваются проблемы функционирования и внедрения веб-приложений для автоматизации процесса взаимоотношения организации с ее клиентами и дальнейшие пути их решения, преимущества и недостатки внедрения в малом бизнесе.

**Ключевые слова:** веб-приложение, бизнес-процесс, малый бизнес

**Analysis of problems of functioning and implementation of web applications for automating the process of organization's relationship with customers and ways to solve them**

*Unasyn Alexander Alexandrovich  
Branch of the National Research University Moscow Power Engineering Institute  
in Smolensk  
student*

**Abstract**

This article discusses the problems of functioning and implementation of web applications for automating the process of the organization's relationship with its customers and further ways to solve them, the advantages and disadvantages of implementation in small business.

**Keywords:** web application, business process, small business

В настоящее время для успешного ведения любой деятельности в малом бизнесе в сфере услуг желательно активно использовать сеть интернет для продвижения собственных товаров и услуг. Это можно сделать как с помощью различных социальных сетей, так и с помощью создания собственного веб-приложения. При внедрении веб-приложения в деятельность организации, которая является организацией малого бизнеса и занимается производством кондитерских изделий, основной бизнес-процесс организации претерпит существенные изменения. При этом организация столкнется с рядом трудностей, которые на первоначальном этапе внедрения веб-приложения могут оказать весьма негативное влияние на всю деятельность организации в целом [1, 2].

Веб-приложение должно представлять интересы и ассортимент предлагаемой продукции организации в сети Интернет, поддерживать его положительный и современный имидж, отвечать запросам клиентов, знакомить потенциальных клиентов с реализуемой продукцией организации. Также веб-приложение должно осуществлять возможность заказа онлайн кондитерских изделий, знакомить потенциальных клиентов с ассортиментом реализуемой продукции, полным описанием и графическим сопровождением описания данной продукции, а также осуществлять полную информационную и консультационную поддержку потенциальных клиентов.

Основные цели для внедряемого веб-приложения – это информационная поддержка клиентов, взаимодействие с потенциальными клиентами через интерфейс веб-приложения [3].

Веб-приложение должно создаваться в рамках реализации и выполнения следующих задач:

- 1) информирование потребителей о существовании данной организации;
- 2) информирование потребителей о деятельности данной организации;
- 3) информирование потребителей об условиях работы данной организации;
- 4) формирование клиентской базы;
- 5) формирование оперативного и удобного способа установления контакта с потенциальным клиентом;
- 6) получение отзывов в веб-приложении как элементе обратной связи;
- 7) размещение актуального ассортимента кондитерских изделий;
- 8) размещение актуального прайс-листа;
- 9) публичная оферта о ценах.

До внедрения веб-приложения заявки на приобретение кондитерских изделий, как правило, поступали по телефону или по электронной почте. После внедрения веб-приложения заявки начнут на первоначальном этапе поступать как через веб-приложение, так и по старым каналам связи. Перевести всех существующих клиентов сразу на новые каналы связи вряд ли удастся и этот процесс займет несколько месяцев, причем, следует это сразу учесть, часть клиентов останется верна старым каналам связи и для того, чтобы их не потерять, придётся с ними работать через прежние каналы коммуникации и получения заявок на кондитерские изделия. К тому же перевод основной части клиентов должен осуществляться постепенно, без активного стимулирования со стороны организации, чтобы клиенты, которые выберут старый способ подачи заявки, не обиделись и не ушли к конкурентам организации. Также основной проблемой на первоначальном этапе внедрения веб-приложения будет проблема дублирования заявок и неточностей, часть клиентов может как дублировать свои заявки посредством заказа через веб-приложение и отправления заявки посредством электронной почты, так и комбинировать данные способы, то есть менеджеру клиента

могут сначала осуществить заказ через веб-приложение, затем дополнить свою заявку через электронную почту, а затем, как вариант, прямо с торговой точки, осуществив выход с мобильного веб-приложения организации, осуществить дозаказ интересующих их товарных позиций. И здесь важно согласовывать каждую такую поступающую заявку по разным каналам связи, и определять, является ли она дополняющей или дублирующей. Все эти процессы усложнят на первом этапе внедрения веб-приложения деятельность менеджеров по работе с клиентами производственной организации. К тому же важно учесть, что менеджеры должны оперативно отслеживать заявки как по традиционным каналам связи, так и по заявкам, поступающим через веб-приложение.

Следующей проблемой, учитывая специфику деятельности организации на первоначальном этапе внедрения, является четкий контроль цен и ассортимента предлагаемых кондитерских изделий, чтобы он полностью совпадал, как по ценам, так и по предлагаемому ассортименту в веб-приложении и прайс-листе, направляемом по старым каналам связи. Несовпадение по ассортименту или по ценам крайне негативно скажется на постоянных покупателях, к тому же необходимо показывать постоянным клиентам удобство для них осуществления заказа через веб-приложение.

При разработке веб-приложения следует учесть определенный функционал данного приложения, который позволит клиентам осуществлять заказ гораздо проще и быстрее. Одной из таких особенностей веб-приложения должна быть его полная мобильность и возможность осуществления заказа через мобильные устройства, при этом должен быть полный доступ к описанию и изображению каждого наименования кондитерского изделия, предлагаемого организацией, чтобы клиент совместно со своими продавцами розничной сети мог обсудить заказ и сделать заказ непосредственно со своей торговой точки. Также клиент может поручить осуществление заказа своим директорам торговых точек или старшим продавцам, которые могут каждый по отдельности осуществлять заказ необходимой им продукции, а производственная организация будет собирать такие различные заявки одного клиента, формировать её и осуществлять, выставляя при этом единый счет по клиенту, но формируя разные заявки для каждой торговой точки. При этом еще одним достоинством веб-приложения будет возможность собирать статистические данные как по клиенту в целом, так и его торговым точкам, проводить на основе этих данных маркетинговые исследования и строить на их основе маркетинговую и сбытовую политику производственной организации.

В тоже время крайне необходимо добавить такой важный и повсеместно используемый инструмент, как отзыв в веб-приложении. Любой посетитель должен иметь возможность оставить отзыв о работе организации, с которым могут ознакомиться все посетители веб-приложения, а также высказать свое мнение по каждой ассортиментной позиции, что понравилось, а что нет. К тому же в веб-приложении помимо ассортимента предлагаемой продукции должна быть размещена дополнительная

информация по составу каждого кондитерского изделия, размера упаковки и ей веса. Все это поможет потенциальным клиентам быстрее ориентироваться в ассортименте предлагаемых кондитерских изделий.

Таким образом, благодаря автоматизации с помощью веб-приложения процесса взаимодействия с клиентами появится возможность заключения сделок гораздо быстрее и сделает этот процесс более удобным для потенциальных клиентов. Использование веб-приложения должно также анализировать данные и помогать принимать управленческие решения в будущем по вопросу проведения рекламных кампаний и стимулирования продаж. В итоге, веб-приложение сократит время на заключение сделок и повысит гибкость и оперативность поступления заявок, что в конечном счете увеличит выручку производственной организации малого бизнеса.

### **Библиографический список**

1. Блинов А. О., Рудакова О. С. и др. Реинжиниринг бизнес-процессов. М.: Юнити-Дана, 2015. 343 с.
2. Назаров С.В., Белоусова С.Н., Бессонова И.А. и др. Введение в программные системы и их разработку / М.: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. 650 с.
3. Жданов С.А., Соболева М.Л. Информационные системы: учеб. М.: Прометей, 2015. 302 с.