

Оценка качества предоставления рекламных услуг в томской области на примере компании ООО «Агентство рекламный дайджест»

*Хандакова О.П., старший преподаватель
Васильева Н.Е.. магистрант кафедры
«Менеджмент»*

*Северо-Восточный Федеральный Университет им. М.К.Аммосова
(СВФУ)*

e-mail: nikkiubin@gmail.com

Россия, Якутск

АННОТАЦИЯ:

Работа выполнена с целью улучшения качества предоставления рекламных услуг в Томской области на примере компании ООО «Агентство Рекламный Дайджест». По данным исследования определена общая степень удовлетворения рекламными услугами и сформулированы актуальные направления развития компании.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

Оценка качества, качество услуг, опрос, Томская область, Агентство Рекламный Дайджест.

В современных рыночных условиях наблюдается усиленная конкуренция между компаниями, которые предоставляют рекламные услуги. Для того, чтобы успешно развиваться на рынке, компании, ведущие свою деятельность в данной отрасли, высоко заинтересованы в том, чтобы восприятие услуг соответствовало ожиданиям, так как это создает основу для формирования сегмента постоянных клиентов. Задача организаций в том, чтобы создать определенный уровень качества, который соответствует предполагаемым запросам клиента, уведомить об этом клиента, после чего продемонстрировать это качество в процессе обслуживания [2].

Наиболее важную роль в процессе обслуживания клиента играет личное восприятие потребителя, которое включает:

- получение различных впечатлений от процесса обслуживания;
- сопоставление накопленных впечатлений с ожидаемым эмоциональным эффектом от предоставляемых услуг;
- формирование общего эмоционального настроения по отношению к представителю компании, который предлагает услуги.

Существуют способы, которые помогают создать благоприятное восприятие услуги, путем применения таких внешних факторов, как освещение, температура и влажность воздуха в помещении и другие элементы окружающей среды, а также с помощью обширного набора неосознаваемых элементов, к примеру, как вежливое и внимательное отношение персонала к клиенту [1].

Медиа холдинг «Рекламный дайджест» - это один из самых крупных брендов на рекламном рынке города Томска. Он включает в себя целый комплекс производственных подразделений, куда входят такие направления рекламной деятельности, как размещение и производство наружной рекламы, полиграфия, сувенирная продукция, маркетинговые исследования, а также дизайн и интернет-реклама [3].

Компания ООО «Агентство Рекламный Дайджест» включает в себя 14 самостоятельных предприятий, каждый из которых специализируется на определенных видах рекламной деятельности. В состав медиа-холдинга входят свыше 300 специалистов, где 16% - это менеджеры, 5% - дизайнеры, 27% - составляющие специалисты, 13% - топ-менеджеры. Медиа-холдинг владеет более 20 000 кв. м. собственного помещения, а также имеет более 3 000 постоянных клиентов [4].

Менеджеры компании ООО «Агентство Рекламный Дайджест» активно применяют технологию личных продаж в своей деятельности. В ходе наблюдения мы выяснили, что процесс предоставления услуг представителем компании характеризуется в следующей последовательности:

1. Установление контакта с потенциальным клиентом. Менеджер компании назначает встречу, где подробно передает информацию о своих услугах потребителю, предоставляет ему цветную презентацию в виде бланков, либо в электронной форме.

2. Формирование наводящих вопросов. Таким образом менеджер нащупывает «больные точки», определяет целевую аудиторию для последующего рекламного предложения, а также устанавливает собственные предпочтения клиента.

3. Предоставление услуг, с учетом предпочтений клиента. После наводящих вопросов агент медиа-холдинга уже имеет примерное представление о том, что желает сам клиент, и, исходя из полученной информации, предлагает те рекламные услуги, которые наиболее подходят под предпочтения и целевую аудиторию клиента.

4. Работа с возражениями. У агентов медиа-холдинга «Рекламный дайджест» имеется целый курс работы с возражениями, который активно применяется сотрудниками компании.

Для того, чтобы установить степень удовлетворенности клиентов качеством предоставляемых услуг ООО «Агентство Рекламный Дайджест», был проведён опрос. Всего в опросе приняло участие 320 респондентов, среди которых были физические и юридические лица, которые когда-либо обращались к компании за рекламными услугами. Опрос состоял из 7 вопросов и был отправлен клиентам на электронную почту.

В ходе проведения исследования было выявлено, что больше всего услугами компании пользуются мужчины и женщины в возрасте 31-40 лет (Рисунок 1).

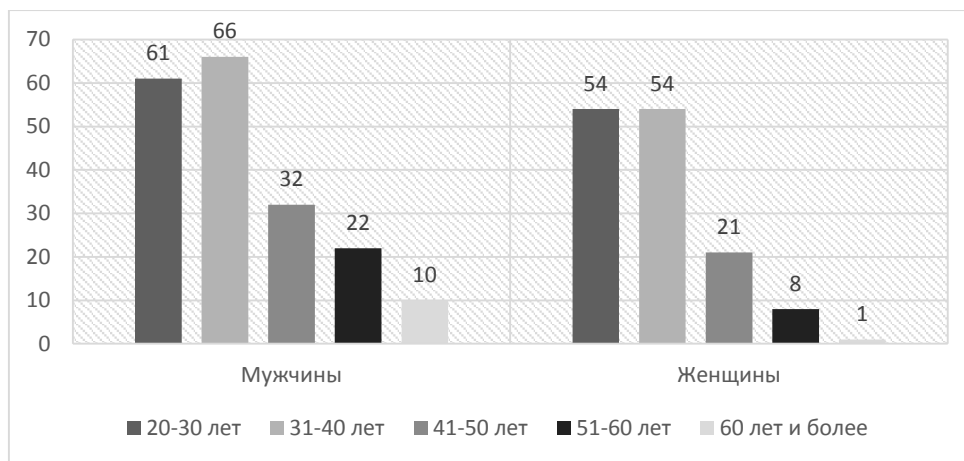


Рисунок – 1. Возраст клиентов

Средний доход среди опрашиваемых клиентов компании составляет от 29 000 до 38 000 руб., с учетом того, что прожиточный минимум в Томской области в 2018 году был равен в среднем 11000 руб. Из этого следует, что большинство клиентов принадлежат среднему и относительно высокому классу. Данные предоставлены на Рисунке 2.

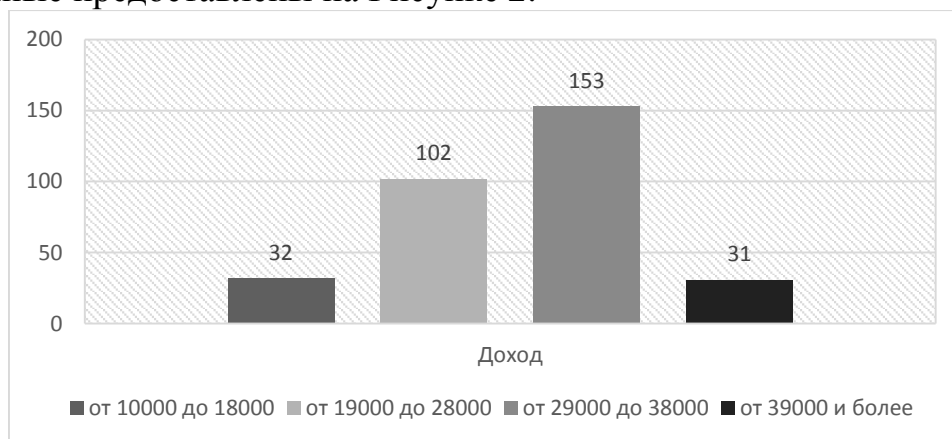


Рисунок – 2. Средний доход клиентов

По результатам данных, приведенных на рисунке 3, мы видим, что подавляющее большинство респондентов работающие (301), остальные – безработные (19).

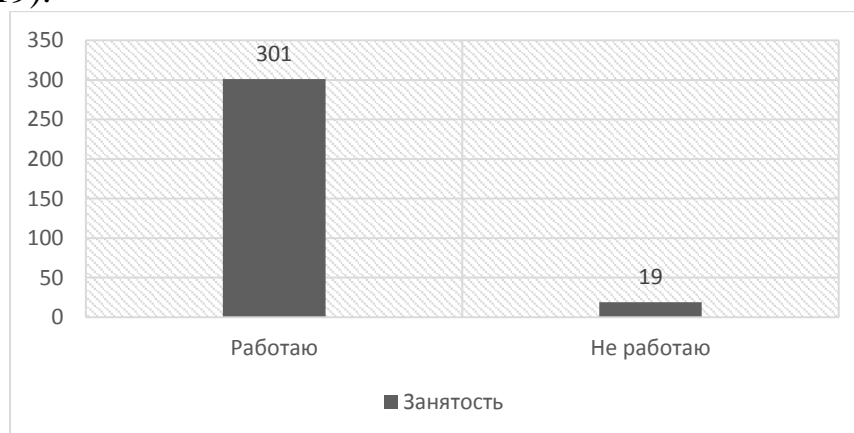


Рисунок – 3. Занятость респондентов

Из полученных результатов на рисунке мы видим, что наибольшее количество клиентов предпочитает пользоваться дизайнерскими услугами

компании (35%). За ними следуют услуги печати полиграфической продукции (25%). Далее мы выявили наименее востребованную услугу компании, которой оказалась широкоформатная печать (1%).



Рисунок – 4. Предпочитаемое направление услуг

Из рисунка 5 мы наблюдаем, что большинство клиентов остались довольны общением с менеджерами компании (55%). Часть клиентов ответила, что скорее довольны, чем не довольны (27%). Полностью недовольными общением с менеджерами компании оказалось наименьшее количество клиентов (1%).

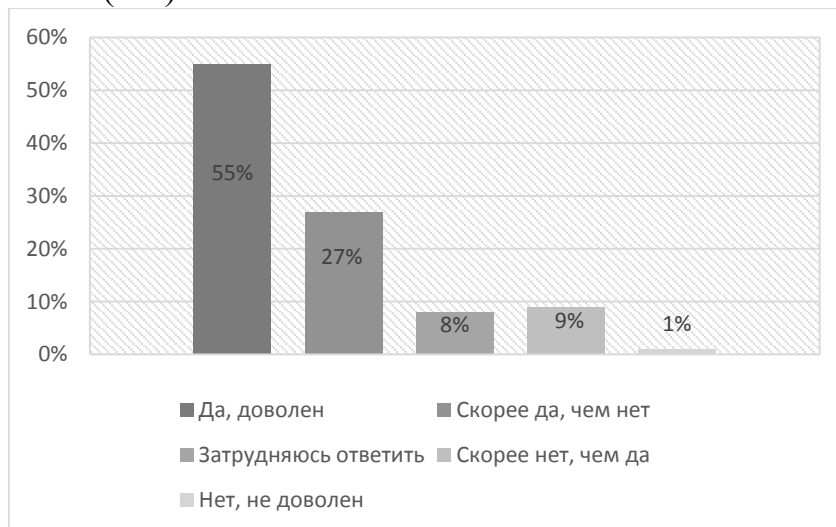


Рисунок – 5. Качество работы менеджеров

По результатам следующего вопроса мы выявили, что наибольшая часть клиентов затрудняется ответить на вопрос о качестве предоставляемых услуг компании (39%). Следующая часть клиентов выбрало ответ «скорее нет, чем да» (25%). Наименьшее количество клиентов ответило, что остались полностью не удовлетворены качеством предоставляемых услуг (9%).

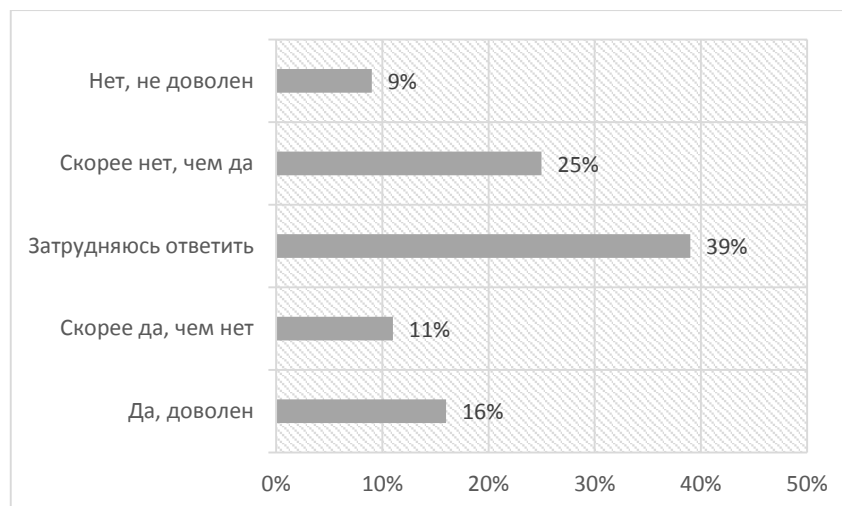


Рисунок – 6. Качество предоставляемых услуг

Из результатов по диаграмме ниже, мы узнали, что наибольший процент опрошенных затрудняются ответить на вопрос о повторном обращении за рекламными услугами к компании (28%). Следующая часть клиентов ответили, что обязательно обратятся за услугами повторно (24%), другая часть выбрали ответ «скорее обращусь» (22%). Процент опрашиваемых, которые выбрали ответ «точно не обращусь» составил – 10%.



Рисунок – 7. Повторное обращение к компании

По полученным данным был составлен портрет клиента компании ООО «Агентство Рекламный Дайджест». Выяснилось, что потенциальным клиентом компании является женщина или мужчина, среднего или выше класса в возрасте от 31 до 40 лет, чей доход составляет от 29 000 до 38 000 руб. в месяц, и который наиболее часто пользуется дизайнерскими услугами.

Далее по результатам проведенного опроса мы можем сделать вывод о том, что общее состояние компании на данный момент является неблагоприятным, так как большинство клиентов не до конца удовлетворены качеством предоставляемых услуг, а также не уверены в том, что обратятся к компании за рекламными услугами повторно. Однако большая часть клиентов удовлетворена общением с менеджерами компании, что говорит о том, что у предприятия вежливый, квалифицированный персонал, который владеет техниками продаж.

Таким образом, предприятию следует провести меры по повышению качества предоставляемых услуг и продукции, а также разработать и периодически проводить маркетинговые мероприятия для улучшения имиджа и повышения конкурентоспособности компании.

Список литературы:

1. Антонова, А. Е. Личные продажи как важный элемент комплекса маркетинговых коммуникаций / А. Е. Антонова. // Актуальные проблемы теории и практики развития экономики региона. – 2017. – С. 407-411.
2. Антонов Г.Д., Иванова О.П., Тумин В.М. Управление конкурентоспособностью организации. М, 2014 г. с. 300.
3. Каталог организаций России. [Электронный ресурс]. дата обновления: 05.09.2018. — URL: <https://www.list-org.com> (дата обращения: 21.04.2019).
4. Рекламный дайджест [Электронный ресурс]. – URL: <https://rde.ru/page/o-nas/> (дата обращения: 21.04.2019)