



**Оксана Карамушка,**  
менеджер по маркетингу  
«Аудатэкс» Россия

## Поставщик инфраструктурных решений, IT

### Коммуникации против кризиса

В 2015 году будет особенно важно предложить клиентам те решения, которые сделают их бизнес уникальным и позволят, в условиях непростой рыночной ситуации, чувствовать уверенность и стабильность. Многогранность и многофункциональность платформы «Аудатэкс» позволяет нам генерировать огромное количество данных, это позволяет нашим клиентам приобретать новый опыт и чётко исполнять свою работу. Мы будем продолжать работать в направлении «долгосрочных коммуникаций», т.е. помогать партнёрам и клиентам в их работе на уровне их коммуникации с партнёрами и клиентами следующего уровня – и так до конечного пользователя, автовладельца.

Компания «Аудатэкс» изначально вошла на рынок с нацеленностью на клиента, его интересы. Поэтому говорить о какой-то перестройке ценностей и методов в предстоящем году не следует. Скорее стоит отметить: мы понимаем силу постоянства партнёрских связей и мы, независимо от колебаний «делового климата», будем укреплять такие связи.

В этом плане в 2015 году предполагается целый ряд направлений активности.

Первым стоит указать наш традиционный большой технический блок поддержки клиента. Это группа технических специалистов самого высокого уровня – ими являются менеджеры по техническому сопровождению клиентов. Они выезжают в организацию партнёра и отвечают за техническое сопровождение клиентов и крупных клиентских проектов. Их задача на территории клиента изучить ситуацию в деталях, понять особенности бизнес-процессов компании партнёра, проанализировать сильные и слабые стороны процессов. Наши менеджеры занимаются полным техническим сопровождением проектов, среди которых проекты по оптимизации расходов основной деятельности. Такая детальная проработка и индивидуальный подход необходимы из-за специфических особенностей в каждой страховой компании или дилерском центре. Поэтому очень важно, чтобы специалист на месте оценил процессы и на основе своего анализа смог предложить готовые решения для каждой конкретной компании. Так мы создаём «зелёный коридор» для урегулирова-

ния убытков, оптимизируя работу всех участников процесса.

Ещё одно направление, которым мы активно занимаемся, – круглые столы для профессиональных участников автомобильной отрасли: станции технического обслуживания автомобилей (СТОА), страховые компании (СК), независимые экспертные организации (НЭ). Куратором данного проекта является бизнес-аналитик «Аудатэкс» – Данияр Айгинин. Именно он помогает настроить индивидуальные процессы и сделать максимально эффективным взаимодействие автодилера и страховщиков.

Для этого заинтересованные стороны собираются в бесконфликтном и конструктивном формате круглого стола, на который приглашаются эксперты в области организации процесса взаимодействия в рамках урегулирования убытков как со стороны СК, так и со стороны СТОА.

Все мы представляем себе текущие процессы взаимодействия: в них неизбежны мелкие недопонимания, накладки, частные проблемы и конфликты между исполнителями. Как правило, всё это остаётся «за скобками» отчётов. Но мелкие проблемы, невысказан-

ные, незаметные для руководства компании, имеют свойство стремительно накапливаться. Всем кажется, что процесс абсолютно отлажен, проблем нет, узких мест не наблюдается, возможностей для улучшения – тоже. Но на деле в подобной рутине компания несёт значительные финансовые и временные потери! Поэтому «Аудатэкс», обладая компетенцией эксперта рынка, проводит своеобразный SWOT анализ\* (\*SWOT-анализ — метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности) и Threats (угрозы)), в результате которого формируется уникальный бизнес-процесс для каждой пары партнёров: «СК – дилерская сеть» или «СК – отдельный дилер».

Нельзя не упомянуть ещё один блок: наши уже традиционные мероприятия в Торгово-промышленной палате РФ. Они проводятся ежеквартально. Это интерактивный, живой инструмент не только для передачи информации бизнес-сообществу, но и для получения обратной связи. Мы стараемся максимально точно понять, чем «Аудатэкс» может быть полезен и партнёрам, и клиентам, что для них наиболее актуально сегодня, завтра.

Современный рынок подвижен и изменчив, тем более важно в динамике оперативно отслеживать изменения и давать информацию, решения и поддержку клиенту. У этой программы встреч уже сформировался свой круг постоянных участников, и очень приятно, что форма общения оказалась востребована сообществом профессионалов.

Как пример такой успешной и оперативной работы приведу ситуацию с АвтоВАЗом, с изменением стоимости нормо-часа. Без пояснений такой шаг стал бы шоком для страховых компаний. Важно было собрать партнёров АвтоВАЗа и донести до них информацию

о том, как концерн изменился за 5 лет, каково его нынешнее положение на рынке, как изменилась инженерная база, какие планируются шаги по развитию, в чём приоритеты. Также важно было сломать негативные стереотипы, отметить положительные моменты в развитии.

Важнейшим для нас «коммуникационным инструментом» становится сайт компании – сейчас это расширяющийся набор каналов электронной коммуникации. Сайт постоянно совершенствуется, и за минувший год была проведена огромная работа для повышения интерактивности общения. Мы оцениваем показатель NPS, формируем online заявки на приобретение продукта, сегментируем посетителей сайта, а также контролируем долю упущенных звонков и создаём возможность



## Наши менеджеры занимаются техническим сопровождением проектов

заказать звонок, предлагаем сервис голосовых сообщений и коммуникацию в социальных сетях. Кроме того, для нас важно обеспечить клиентов достаточным набором инструментов и каналов связи с компанией «Аудатэкс», поскольку для каждого человека комфортным является лишь какой-то определённый способ коммуникации.

Помимо прочего, электронные каналы общения мы рассматриваем как способ освобождения времени сотрудников для расширения живого общения.

В интересах наших клиентов мы постоянно расширяем спектр доступных сервисов. Это масштабный процесс, ведь важно оценить и спрогнозировать потребности клиентов и выбрать из огромного набора работающих и доступных глобально, в портфеле Solera, сервисов, те, которые следует локализовать и предоставить российскому клиенту как наиболее ценные и актуальные.

Есть и процессы, которые мы отлаживаем и оптимизируем, вкладывая в это немало ресурсов, хотя такая работа для клиента остаётся невидимой – она затрагивает организацию бэк-офиса.

Тут следует сделать комментарий: почему компания видит для себя обязательным повышение эффективности коммуникации всех участников рынка, а также совершенствование методов взаимодействия? Почему мы участвуем в конференциях, организуем бесплатные семинары. Почему мы делимся знаниями, экспертными мнениями, повышаем прозрачность процессов. Это позиция Solera: улучшать работу партнёров, развивать их бизнес и через рост партнёра самим расти и развиваться.

И это важнейшее качество компании-лидера, компании, наце-

ленной на долгосрочный успех и глобальное присутствие: умение жить не только сегодняшним днём, но и постоянно видеть перспективу; ответственность за взятые обязательства, постепенно формирующая доверие партнёра.

Люди работают с людьми – это реальность бизнеса. Поэтому всегда, и тем более в кризис, умение работать с людьми, видеть потребности клиента, оказывать поддержку, не оставаться равнодушным – это лучшая из стратегий развития.

Кстати, тут следует упомянуть ещё и социальную отзывчивость компании «Аудатэкс», и тему благотворительности. Она – не только помогает кому-то. Она меняет, очищает сознание сотрудников компании, помогает «разогнуться от стола», отвлечься от текучки и осознать: все мы люди, со своими потребностями и проблемами. Делая бизнес, важно помнить это и видеть человека в каждом клиенте и партнёре.