Оператор идёт в народ

В последние годы задача удержаться на рынке, отстроиться от конкурентов, привлечь на свою сторону новых абонентов становится всё более актуальной для оператора. Каждый пытается решить эту задачу по-своему. Увы, не у всех получается одинаково хорошо, а потому слияния-поглощения в телекоме происходят всё чаще.

Новые способы борьбы за абонента изобретают даже весьма и весьма крупные компании. Казалось бы, уж кому-кому, а МГТС конкуренты особых проблем доставить не должны, но именно эта компания подготовила для клиентов весьма оригинальный пакет дополнительных услуг.

Да, здесь по-прежнему работают над качеством, обновляют оборудование, предлагают клиентам интересные тарифы. Но параллельно завели не просто сервисную службу, а настоящее "бюро добрых услуг" - сервис, никак не пересекающийся с услугами связистов. "Уж им-то это зачем?" - с таким вопросом мы обратились к директору по маркетингу и развитию бизнеса МГТС Дмитрию Кулаковскому.

- Ещё в 2013 году мы поставили перед собой цель трансформироваться в мультисервисного оператора с большим набором новых предложений, включая "нетелеком"-услуги.

Конечно, в первую очередь мы сконцентрировались на пакете предложений на основе нашей оптоволоконной сети, но на этом останавливаться не стали, а решили выйти за рамки традиционного представления о провайдере услуг связи и начали проработку новых сервисов, имеющих потенциал дополнительной выручки.

- А как родилась идея?

- Дело в том, что к нашим техническим специалистам нередко обращались во время традиционных работ с просьбами что-нибудь починить - замок, электрический выключатель, несложные бытовые приборы. Да, имидж у МГТС безупречный и абоненты доверяют нашим специалистам, все успели оценить их квалификацию. Мы проанализировали рынок, и пришли к выводу, что имеем всё необходимое для развития нового направления (собственную базу, опыт клиентского сервиса и прозрачную систему контроля качества) и создали отдельное направление бизнеса.

- А кто выполняет заявки, только мастера МГТС или же специально приглашённые специалисты?

- Как и планировалось при разработке бизнес-кейса, работы выполняются как мастерами из МГТС, так и силами партнёров. Сейчас силы делятся примерно поровну: около 46 процентов заказов по бытовым услугам выполняют наши сотрудники, а остальные 54 процента – сторонние.

Пока проект находится в пилотной стадии, но по предварительным оценкам можно уверенно сказать, что предпосылок для отказа от него нет. Всё продвигается достаточно успешно.

- А какова география проекта?

- Сервис предоставляется в Москве и Московской области, вне зависимости от того, услугами какого оператора связи пользуются заказчики наших бытовых услуг.

- Но о каких услугах речь идёт сегодня?

- По сравнению со стартом услуги, который состоялся в конце 2016 года, мы расширили нашу продуктовую линейку. В дополнение к бытовым услугам (сантехника, электрика и мелкий бытовой ремонт) мы предлагаем бытовой ремонт, сборку мебели, уборку, компьютерную помощь, установку и поверку счетчиков воды. Есть специальные предложения: периодические и пакетные. Периодической услугой может быть один вид работ на несколько дат (например, уборка квартиры два раза в месяц и т.п.). В пакетные предложения входят разные виды работ и выполняются они за один визит (например, снятие и развеска штор, мытье окна, радиатора и отопительной трубы). Пакетные предложения предполагают скидки.

- Услуги по старинке заказывают по телефону, или же такая компания как МГТС не может обойтись без инноваций и в системе заказа?

- Для удобства клиентов в дополнение к традиционным каналам коммуникаций с заказчиком, мы разработали мобильное приложение для самых популярных операционных систем. Теперь заявку можно оформить не только позвонив в офис или на нашем сайте, но и в мобильном приложении. Координация и распределение заказов происходит на основе собственной IT-разработки, которая позволяет удаленно и оперативно выстраивать и корректировать всю логистическую цепочку. У клиентов есть возможность отслеживать статус выполнения заявки в режиме онлайн с любых устройств.

- Удалось ли компании сразу же, со старта обеспечить достойное качество услуг?

- Наши внутренние исследования подтверждают, что с самого запуска этого направления, нам удалось обеспечить высокий уровень качества работ: более 20 процентов клиентов обращаются к нам повторно и более 90 процентов готовы рекомендовать бытовые услуги от МГТС знакомым и друзьям.

- А как обстоят дела с "продуктовым набором" вы можете всё, что хотят клиенты, или же какие-то услуги пока МГТС не по силам?

- Сейчас наша продуктовая линейка покрывает до 80 процентов самых популярных запросов в поисковиках по платным бытовым услугам, оставшиеся – в проработке. В наших планах в ближайшие полтора года нарастить продуктовую матрицу и укрепиться в каждом сегменте рынка бытовых услуг, обеспечивая выполнение до 100 процентов запросов населения по принципу "одного окна".

Как бы ни развивался рынок бытовых услуг, а проблема "мужа на час", который починит розетки, повесит люстру, прибьёт гвоздь или просто передвинет шкаф, будет востребована всегда. И это значит, что направление движения компания выбрала верное. Как оно будет продвигаться - покажет время, а мы и дальше будем рассказывать об опыте оператора, который решил стать ближе к людям.