

**ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРОДАЖИ,
ОБСЛУЖИВАНИЯ И РЕМОНТА КЛИМАТИЧЕСКОЙ ТЕХНИКИ
ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ОСНОВЕ РАЗРАБОТКИ
И ВНЕДРЕНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ**

Д. А.Тимаева¹⁾, С. В. Рындина²⁾

¹⁾ *магистрант, Пензенский государственный университет, г. Пенза, Россия, datimaeva@mail.ru*

²⁾ *кандидат физико-математических наук, доцент, Пензенский государственный университет, Институт экономики и управления, г. Пенза, Россия, svetlanar2004@yandex.ru*

В данной статье рассмотрена возможность создания и внедрения мобильного приложения в работу компании по продаже, обслуживанию и ремонту климатической техники. Предложен и описан возможный путь клиента в цифровом решении, а также перечислен возможный функционал. Перечислены преимущества внедрения мобильного приложения в работу, как для клиентов, так и для предпринимателя и бизнеса. В современном мире, когда большинство сфер нашей жизни перешли в цифровое пространство, бизнесу важно понимать и подстраиваться под запросы клиентов. Именно поэтому такие цифровые решения, как то, что описано в данной статье, являются актуальными и часто используемыми для того, чтобы упростить некоторые процессы в компании, привлечь новых покупателей и поставщиков.

Ключевые слова: мобильное приложение; климатическая техника; цифровое решение; цифровизация, бизнес-модель.

**OPTIMIZATION OF BUSINESS PROCESSES
FOR THE SALE, MAINTENANCE AND REPAIR
OF CLIMATE TECHNOLOGY FOR SMALL BUSINESSES BASED
ON THE DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF MOBILE APPLICATIONS**

D. A. Timaeva¹⁾, S. V. Ryndina²⁾

¹⁾ *master student, Penza State University, Penza, Russia, datimaeva@mail.ru*

²⁾ *PhD in physics and mathematics, associate professor, Penza State University, Institute of Economics and Management, Penza, Russia, svetlanar2004@yandex.ru*

This article discusses the possibility of creating and implementing a mobile application in the work of a company selling, servicing and repairing climate control equipment. A possible customer journey in a digital solution is proposed and described, and possible functionality is also listed. The advantages of introducing a mobile application into work are listed, both for clients and for the entrepreneur and business. In the modern world, when most areas of our lives have moved into the digital space, it is important for businesses to understand and adapt to customer needs. That is why digital solutions such as the one described in this article are relevant and often used in order to simplify some processes in the company and attract new buyers and suppliers.

Keywords: mobile application; air conditioning equipment; digital solution; digitalization, business model.

Ежедневно современный человек пользуется мобильными приложениями. В смартфоне сейчас можно найти почти всю жизнь человека, начиная от звонков, сообщений и социальных сетей, заканчивая покупкой продуктов, техники и различных услуг онлайн.

Именно поэтому каждая компания имеет своей целью выход в Интернет. Для климатической компании оптимизация бизнес-процессов путем создания приложения может быть очень полезной, так как напрямую связана с улучшениями во многих сферах жизни предприятия.

Последовательность экранов приложения должна поддерживать типовые сценарии взаимодействия клиента с бизнесом. Ниже предложено устройство возможного мобильного приложения, которое могло бы подойти для компании по продаже, обслуживанию и ремонту климатической техники.

Для начала необходимо мотивировать клиента совершить первый шаг взаимодействия с цифровым решением. Например, ввести получение купона на бесплатную чистку оборудования при заказе товаров и услуг через мобильное приложение. Пользователь будет скачивать и устанавливать приложение на свой смартфон. Этот шаг займет у клиента несколько минут, в то время как посещение физического магазина займет намного больше времени. Именно этот факт и является одним из самых основных преимуществ внедрения мобильного приложения для компании.

Далее пользователь создает аккаунт или же авторизуется в приложении. Данный этап может содержать окна формы, связанные с именем, возрастом, полом, местом жительства, а также специфической информацией, полезной для компании, занимающейся созданием микроклимата. Например, тип помещения, метраж и т. д.

После этого клиент может ознакомиться с возможным ассортиментом товаров и услуг, а также информацией, описанием и фотографиями о каждом. Например, в карточке товара или услуги может быть помещены: описание процесса установки, технических характеристик, отзывы предыдущих покупателей и фотографии работ и товаров.

Следующим шагом может стать оформление заказа. На этом этапе клиент выбирает нужные товар или услугу, добавляет их в корзину и оформляет заказ, указывая необходимые данные. Например, адрес и дату желаемой установки или доставки.

Также можно добавить в мобильное приложение функцию отслеживания статуса заказа. Таким образом клиент сможет контролировать процесс сборки, готовности и местоположения своего заказа, что в перспективе может повысить доверие к компании.

Следует добавить в приложение функцию обратной связи и отзывов. Это поможет компании учесть все плюсы и минусы, которые смогут обозначить клиенты. Оставленные отзывы можно будет использовать для улучшения работы компании в будущем.

В приложение можно добавить возможность записи на обслуживание или ремонт, а также создать возможность отслеживания состояния выполненной работы, чтобы предлагать клиенту сопутствующие услуги своевременно.

Полезным будет и наличие в приложении пуш-уведомлений. Через них можно уведомлять клиентов о множестве событий в компании, а также напоминать о том, что установленное оборудование пора обслужить, почистить или перенастроить.

Далее в статье представлены и описаны бизнес-процессы, которые можно перенести в мобильное приложение для удобства функционирования организации.

Во-первых, упрощение процедуры заказа. Разработав приложение с функцией онлайн-заказа, можно сократить время прохождения данного бизнес-процесса. Пользователь сможет прямо со своего смартфона открыть перечень товаров и услуг, выбрать желаемое, ознакомиться с краткой информацией и ценой, а также выбрать дату установки или доставки. Такой подход позволит уменьшить время обработки заказов, повысить производительность компании и удовлетворенность клиентов.

Во-вторых, автоматизация учета и планирования. Внедрение мобильного приложения, которое поможет автоматически вести учет выполненных заказов и заказов в очереди, организовать электронное расписание обслуживания и планировать ремонты, может упростить жизнь сотрудникам компании. Так как основная работа по ведению отчетных бумаг и отслеживанию

дат будет возложена на приложение, что позволит компании быть более организованной и ответственной.

В-третьих, оптимизация процессов обратной связи. Важной функцией, которую обязательно стоит добавить в мобильное приложение, является возможность написания отзывов и выставление оценок. Это поможет повысить уровень обслуживания, найти пути улучшения работы, а также создать более лояльную целевую аудиторию.

В-четвертых, повышение эффективности ремонта. Разработка мобильного приложения, которое дает возможность техническим специалистам компании в любой удобный момент найти документацию на оборудование, схемы сборки, условия использования и так далее, поможет качественнее и быстрее выполнять работы, давать достоверную информацию заказчикам, проверять комплекты оборудования и правильность установки и подключения. Плюсы такого подхода – точность и скорость оказываемых услуг.

В-пятых, анализ данных и управление. Введение мобильного приложения поможет определять тренды, выявлять проблемные зоны компании, чтобы быстрее реагировать и исправлять погрешности в работе. Также приложение поможет быстрее и эффективнее принимать различные управленческие решения, которые будут основаны на установленных приложениям фактах.

Таким образом, разработка и внедрение мобильного приложения может в разы улучшить и ускорить бизнес-процессы, а также повысить эффективность работы малого бизнеса по продаже, обслуживанию и ремонту климатической техники. Но при этом, важным этапом, о котором не стоит забывать, является анализ рынка и мнения потенциальных покупателей, чтобы внедряемое приложение и его функционал был наиболее удобным и полезным для пользователей.

Библиографические ссылки

1. *Котлер Ф., Келлер К.* Маркетинг-менеджмент. СПб. : Питер, 2017.
2. *Тейлорсон Г., Рейгель П.* Маркетинговые стратегии в сети интернет. СПб. : Питер, 2018.
3. *Уэйд М.* Мобильное маркетинговое исследование : Полное руководство. М. : Лори, BookCrafter, 2016.
4. *Храмов В. Д.* Управление бизнес-процессами: Технология, стандарты, программные продукты. М. : Инфра-М, 2019.