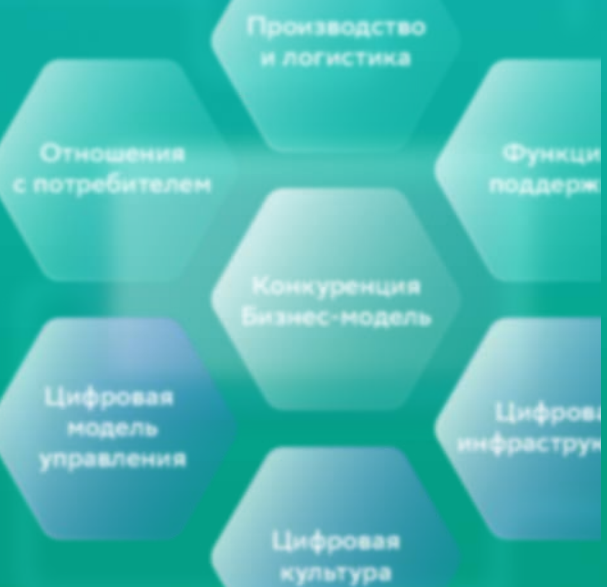




Цифровое развитие

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА

КУРС ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ КОМПАНИЙ



Урок 4.

Как оцифровать отношения с потребителем и зарабатывать на этом

АНТОН МЯГКОВ

Strategy partners

Партнёр

Лидер практики «Цифровая трансформация» / Digital. Член Digital Transformation Advisory Council и TravelTech-акселератора Accelerate@IATA при International Air Transport Association.



“

Мы продаем уже не автомобиль, а возможность передвигаться и цифровые сервисы, которые за этим стоят. Это уже не только товары, которые человек покупает в магазине, а набор цифровых точек контакта плюс сам товар.

Теперь мы стремимся не просто к повышению объема продаж. Мы хотим увеличивать производительность сервиса и совершенствовать сервис как продукт. Мы постоянно анализируем данные о пользовательском опыте – и наполняем его новыми технологическими решениями, улучшаем потребительские потребительские свойства.

”

Кейс



Производитель пшеницы

Дополнение физической бизнес-модели цифровой

Производитель внедрил использование промышленных квадрокоптеров с камерами и лидаром. Сначала такой прибор облетает и снимает поля с посевами. Далее по снимкам, на основе методов компьютерного зрения и машинного обучения определяются физические параметры культуры, наличие болезней, степень зрелости и проч.

- ✓ Снижение издержек на 15–20%
- ✓ Повышение урожайности
- ✓ Снижение потерь
- ✓ Рост производительности
- ✓ Рост скорости выхода продукции

Трансформация отношений с потребителями



Когда мы говорим об отношениях с потребителем, мы имеем в виду три компонента:

- Продукт или услуга
- Знание о потребителях
- Каналы коммуникации

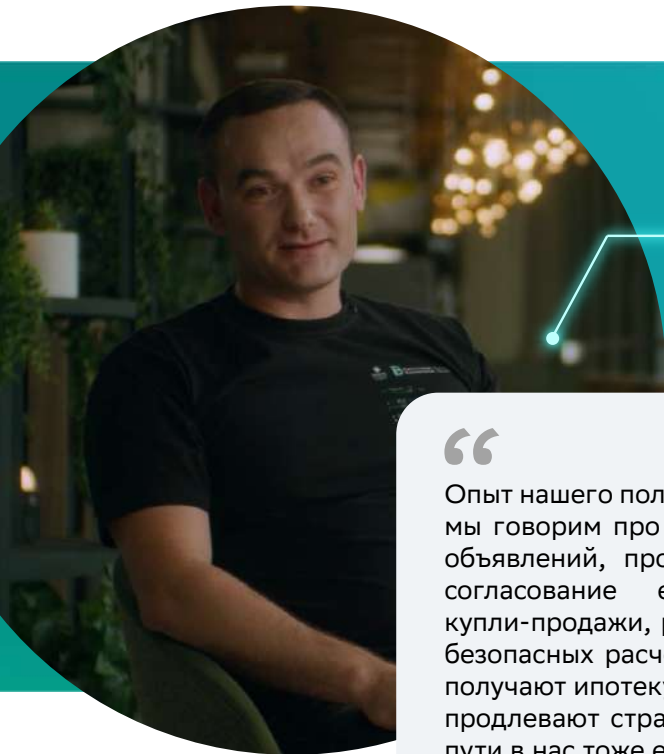
При этом важно не разделять элементы отношения с потребителем будем на части. Лучше воспринимать их как единую цифровую цепочку, в которой все звенья работают как единый цифровой организм и взаимосвязаны. Все проекты цифровой трансформации должны быть направлены на решение задачи повышения экономической или операционной эффективности.



Вопросы для заметок руководителя

- Как бы вы хотели улучшить отношения с вашими клиентами или с потребителями вашего продукта?
- Можно ли сделать ваш продукт цифровым или изменить ваши услуги так, чтобы они стали цифровыми?
- Как это приблизит вашу компанию к стратегическим целям и повлияет на целевые показатели бизнеса?

Комментарии экспертов



Николай Костючко

«Домклик» от СБЕР
Управляющий директор

“

Опыт нашего пользователя зависит от того, какую задачу он решает. Если мы говорим про покупателей, то это и подбор недвижимости на доске объявлений, проверка юридических рисков, и одобрение ипотеки и согласование ее объектом с банком, подготовка договора купли-продажи, регистрация в Росреестре в электронном виде и сервис безопасных расчетов в электронном виде. Кроме этого, когда клиенты получают ипотеку, они еще несколько лет ее обслуживают: выплачивают, продлевают страховой полис и так далее. Для этого этапа клиентского пути в нас тоже есть свое решение – это личный кабинет сопровождения своей ипотеки, в котором подавляющее число операций также совершается через сайт или приложение «Домклик»

”



Андрей Иваненко

«Самолёт» Москва
Управляющий партнёр

“

У нас есть продукт – индивидуальный ремонт. Мы сдаем в год где-то 20-25 тыс. квартир, и на этом объеме мы делаем сейчас 30% с индивидуальным ремонтом. Каждый клиент может при покупке выбрать несколько вариантов отделки, материалы, и мы сделаем все возможное, чтобы квартира была в срок реализована так, как хочет клиент. Я не знаю ни одной компании, которая делает такой большой объем с индивидуальной отделкой. Не имея цифровых инструментов – CRM, цифровой модели здания, электронного графика производства, поставки материалов и так далее, мы бы не могли реализовать такой продукт.

”

Полезные ссылки и книги

СТАТЬЯ

Цифровая управляющая компания: как технологии помогли застройщику «Горстрой» занять новую нишу

[ЧИТАТЬ СТАТЬЮ](#)

КЕЙС

«Умная» цена. Как технологии помогли девелоперу «Ин-Групп» заработать дополнительно 68 млн рублей

[ЧИТАТЬ СТАТЬЮ](#)