**Интернет-проект как средство маркетинга**

Одним из самых популярных в последнее время стал вопрос использования возможностей интернета в работе сервисных служб и для проведения маркетинговых кампаний. При условии тщательно продуманной стратегии в этой области вы сможете добиться значительного повышения прибыльности своей компании.

Однако для этого недостаточно просто приобрести соответствующий программный пакет и предоставить продвижение вашего интернет-проекта сотрудникам отдела IT. Вам необходимо четко наметить конечные цели проекта, определить, какие функции будет выполнять проект в вашем бизнесе, и получить ясное представление о возможном риске, с которым связано использование интернета в ваших целях.

Скорее всего, основной целью проекта станет наиболее быстрое и верное определение самых ходовых из ваших товаров и услуг, а также потребностей ваших клиентов, которое позволит вам создать условия для взаимовыгодного общения. Ваши клиенты смогут получить доступ к интересующей их информации, а вы сможете больше узнать о том, кто является вашими потенциальными и реальными клиентами. Обычные преимущества использования интернет-проекта в компании: хорошее знание клиентуры, умение „предугадывать“ потенциально востребованные товары и услуги, взаимовыгодное сотрудничество и перекрестные продажи, повышение способности удержать клиента и качественно новое сервисное обслуживание.

Компания American Express уже сделала довольно много в этом направлении, и теперь ее клиенты могут с помощью интернета отслеживать текущее состояние своего кредита, оплачивать покупки и услуги в режиме on-line и проверять счета. Энн Грим, старший вице-президент и генеральный менеджер отдела информации, говорит: „Мы хотели бы предоставить нашим клиентам возможность самим выбирать способ общения с нашей компанией“.

Кроме того, American Express разработала специальную услугу под названием „My American Express“, по аналогии с веб-сайтами других компаний, где информация обо всех интересующих потенциального клиента видах товаров и услуг доступна простым запросом в соответствующий интерфейс. Также клиентам доступна опция чата на веб-сайте компании, где они могут в любое время связаться с ее представителем.

Другим примером компании, поставившей себе целью разработать многостороннюю сеть услуг, доступных благодаря средствам интернета, является известная британская финансовая организация Woolwich plc. Интернет-проект под названием „Открытая сервисная служба“ („Open Plan Services“) разработан для осуществления традиционных целей маркетинга: удержания существующих клиентов и продвижения на рынке своих товаров и услуг. Как правило, те из клиентов, которые пользуются услугами „Открытой сервисной службы“, заказывают 3 наименования из предлагаемых компанией новых товаров и услуг.

Джон Крейн, заведующий отделом продвижения товаров на рынке компании Woolwich plc., положительно отзывается об эффективности применения интернет-технологий: „Это позволяет клиенту не только видеть общую финансовую картину, но и получить представление о том, насколько хорошо осуществляется продвижение к его личным финансовым целям. Кроме того, интернет позволяет огранизовать целый ряд услуг по доступу клиента к необходимой информации“.

Однако важно учитывать, что это направление еще не получило достаточной поддержки с точки зрения необходимых и доступных приложений и программ. Да, готовые приложения для создания веб-сайтов и работы в интернете действительно существуют, но, скорее всего, определив индивидуальные цели и потребности вашей компании, вы сочтете необходимым разработать собственное решение. Конечно же, такое решение должно быть сделано с достаточным запасом гибкости, чтобы его легко было приспособить к постоянно меняющимся целям и потребностям бизнеса. Сотрудники вашего отдела IT должны понимать, что такое приложение не может быть разработано раз и навсегда и что оно должно включать в себя широкие возможности для изменений. Такая система должна быть простой в обращении, привлекательной по форме и позволяющей вашим клиентам получить желаемую информацию настолько быстро, насколько это возможно, а также содержать грамотно сформулированную достоверную информацию, по возможности специализированную под конкретные группы клиентов.

Некоторые компании наблюдали резкое увеличение доходов после основания интернет-проекта. Кейт Холком, старший вице-президент отдела IT-компании AutoNation (Лоудердейл, штат Флорида, США), рассказала, что благодаря использованию интернет-проекта значительно упростилась переадресация заказов местным отделениям компании, которые имеют на складе необходимую модель автомобиля: „После процедуры идентификации клиента запрос на соответствующую модель немедленно переадресуется базе данных, в которой содержится информация о наличии моделей на складах более чем в 400 представительствах нашей компании“.

Конечно же, данные о клиентах, так же как и о наличии товаров, являются информацией секретного характера. Хоть и создаются подобные базы данных с самыми лучшими намерениями, но позже могут быть проданы для тех, кто захочет их использовать в совершенно других целях. Не следует забывать и о проблеме хакерства. Если ваша база данных окажется не в тех руках, вы можете понести за это ответственность перед законом!

В июле 2000 года Федеральная торговая комиссия США предотвратила продажу базы данных о клиентах одной из разорившихся фирм по продаже детских игрушек (toysmart.com) более крупной компании. Эта база данных содержала сведения не только об именах, адресах и телефонах клиентов компании, но даже об именах и возрасте их детей! Нетрудно представить, какие проблемы могла принести утечка подобной информации.

Чтобы предотвратить подобные проблемы, следует поручить вашему юридическому отделу заверить в соответствующих органах гарантию полной секретности предоставляемой в базы частной информации. Если оговоренные данные по какой-либо причине окажутся за пределами ваших служб, вы несете перед законом полную ответственность за случившееся. Однако, если обеспечение полной секретности баз данных будет одним из приоритетов при разработке вашего интернет-проекта, полученные вами прибыли намного перекроют риск.

Компания Caser является одной из самых крупных страховых компаний в Испании. Она предлагает клиентам широкий спектр услуг, начиная со страхования личного имущества и заканчивая медицинскими и пенсионными страховыми услугами. Организовав прямой канал связи с клиентами, компания добилась значительного увеличения скорости рассмотрения заявлений и исков.

В результате компания добилась значительных преимуществ по сравнению с конкурентами, все еще работающими с заявками, составленными на бумаге. Объемы обслуживаемых компанией клиентов и заявлений впечатляют: 1,8 млн. полисов и более миллиона клиентов, и при этом она в состоянии рассматривать 120 тыс. заявок к год, прибегая к помощи всего лишь 35 операторов, работающих в режиме on-line. Средний оборот по искам в компании Caser составляет около 1/6 общегосударственного оборота в этой области.

**Четыре основных секрета организации успешного интернет-проекта**

Примите решение разработать и организовать проект на основе собственных программ и систем; если необходимо, найдите подходящих партнеров, поскольку рынок готовых решений пока недостаточно развит.

Проследите за тем, чтобы обеспечить полную секретность баз данных по клиентам, для защиты информации воспользуйтесь брандмауэром.

Убедитесь, что вашей системой просто пользоваться, она обеспечивает быстрый доступ к информации и достаточно специализирована, чтобы отвечать требованиям и нуждам ваших клиентов.

Не сокращайте возможностей и не отказывайтесь от ваших основных средств связи с клиентами (телефонных справочных служб и сервисных центров, электронной почты и т. п.) до тех пор, пока не будете совершенно уверены в том, что работа интернет-проекта обеспечивает преемственность этих услуг.