

**Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

**Факультет маркетинга  
Кафедра маркетинга**

**Направление 38.04.02 «Менеджмент»  
Программа «Маркетинговые технологии современного бизнеса»**

**«Влияние инструментов маркетинга на качество  
обслуживания клиентов  
АО НПФ «Альянс»**

**Выполнила студентка группы  
ДММ-141М Степанова Надежда Сергеевна  
Научный руководитель  
к.э.н., доцент Тультаев Тимур Алексеевич**

# «Влияние инструментов маркетинга на качество обслуживания клиентов АО НПФ «Альянс»

## Актуальность темы:

Построение качественных и долгосрочных отношений с клиентами – одно из самых важных направлений развития любой организации. В связи с чем, разрабатываются стратегии по развитию качества обслуживания, основной задачей которых является эффективное привлечение и удержание клиентов

**Объект исследования:** АО НПФ «Альянс»

**Предметом исследования** являются инструменты маркетинга, влияющие на развитие качества обслуживания клиентов негосударственного пенсионного фонда «Альянс».

**Целью работы** является разработка инструмента маркетинга, который поможет повысить качество обслуживания клиентов АО НПФ «Альянс».

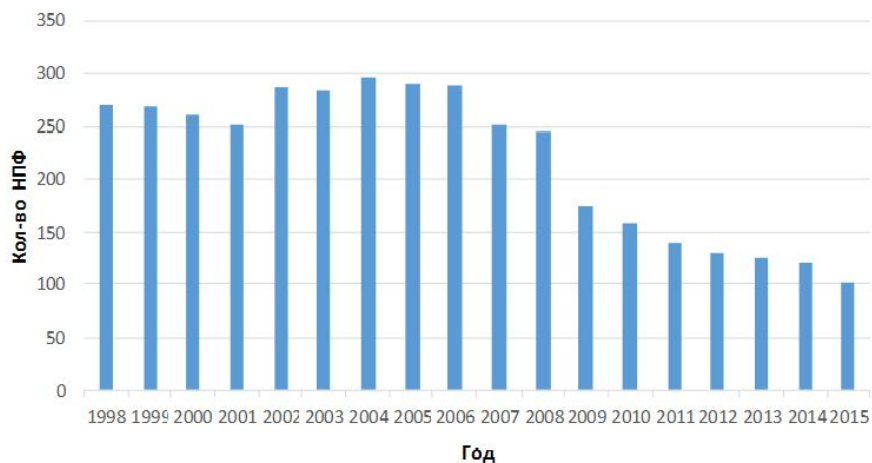
## Основные задачи:

- проведение анализа деятельности АО НПФ «Альянс» на рынке негосударственного пенсионного обеспечения (НПО);
- проведение анализа маркетинговой деятельности АО НПФ «Альянс»;
- разработка мер по улучшению качества обслуживания клиентов АО НПФ «Альянс».

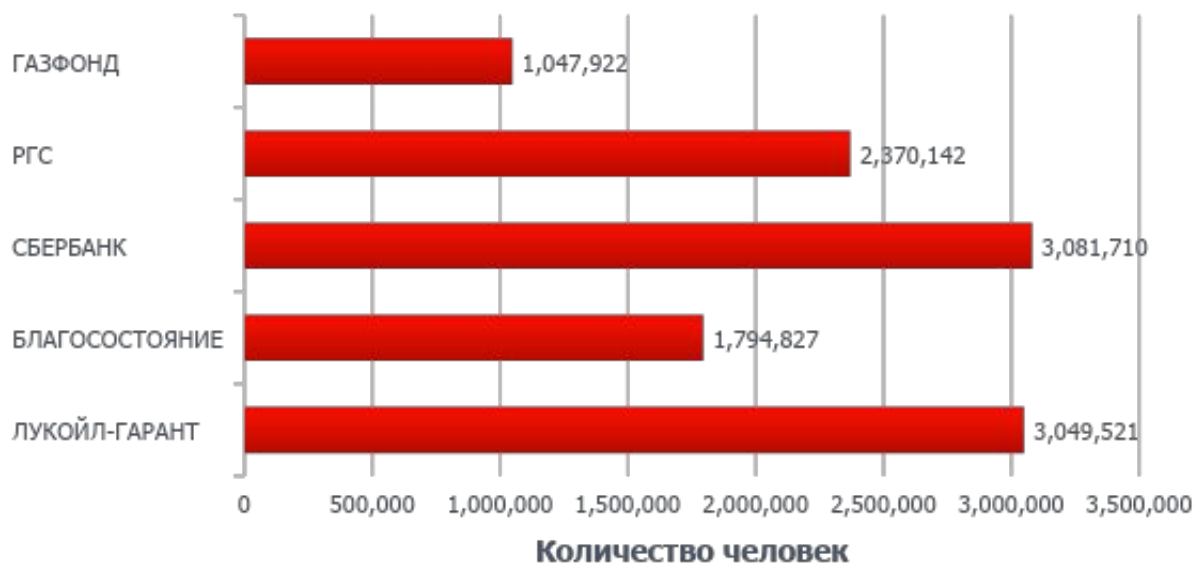
## Научная новизна:

выводы и рекомендации, сформулированные в данной работе, используются АО НПФ «Альянс» на практике, а также могут быть применены в будущем при разработке маркетинговых стратегий других организаций, работающих в сфере негосударственного пенсионного обеспечения.

Динамика количества НПФ с 1998 года



Источник: RAEX(Эксперт РА) по данным ЦБ РФ



# Деятельность АО НПФ «Альянс»

Основан в 2004 году

Прежнее название – Негосударственный пенсионный фонд «ПромЭнерго» (НПФ «ПромЭнерго»).

Негосударственный пенсионный фонд «Альянс» ведет свою деятельность под данным названием с 2009 года. Фонд входил в группу «Allianz» - одного из ведущих поставщиков финансово-страховых услуг в мире.

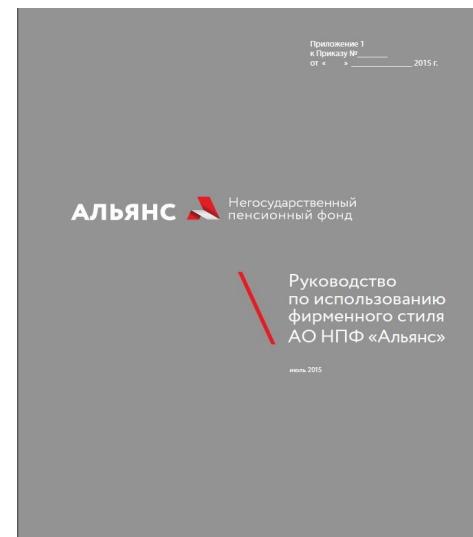
В 2015 году страховая компания «Allianz» передала контроль над негосударственным пенсионным фондом «Альянс» группе компаний ООО «Эйприл Групп»



# Маркетинговая деятельность в АО НПФ «Альянс»

## Основные задачи отдела маркетинга:

- *Стратегия*
- *Аналитика*
- *Производство*
- *Продажи*
- *Реклама*
- *Коммуникации*



После того, как 2015 году страховая компания «Allianz» передала контроль над негосударственным пенсионным фондом «Альянс» ООО «Эйприл Групп», Фонд был вынужден провести ребрендинг, изменить логотип, сайт, а также фирменный стиль

Allianz 



АЛЬЯНС  Негосударственный  
пенсионный фонд

| Сильные стороны (S)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Слабые стороны (W)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Очень высокий уровень надежности (Свидетельство о присвоении рейтинга Рейтинговым агентством «Эксперт РА»)</li> <li>Широкий ассортимент предлагаемых программ пенсионного обеспечения</li> <li>Квалифицированный кадровый состав; отсутствие текучести кадров</li> <li>Деятельность Фонда подкреплена нормативно-правовой базой</li> <li>Успешное ведение профессиональной деятельности на рынке НПО более 10 лет</li> <li>Наличие крупных организаций в числе клиентов</li> <li>Индивидуальный подход к вкладчикам, участникам, застрахованным лицам.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Не развита система оповещения, следствием чего является недостаточная информированность граждан о возможностях НПФ</li> <li>Отсутствие системы дистанционного обслуживания клиентов (отсутствие онлайн-инструментов по взаимодействию с клиентами)</li> <li>Отсутствие филиальной сети (неосвязаемость продукта)</li> </ul> |
| Возможности (O)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Угрозы (T)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Возможность инвестирования</li> <li>Рост требований населения к качеству предоставляемых услуг НПФ</li> <li>Ориентация потенциальных клиентов на известные НПФ</li> <li>Привлечение новых клиентов</li> <li>Создание новых пенсионных программ</li> <li>Внедрение современных технологий, автоматизация основных направлений деятельности для улучшения качества обслуживания клиентов</li> </ul>                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Прямая зависимость от законодательства и высших органов управления</li> <li>Зависимость от экономической ситуации в стране</li> <li>Ужесточение конкуренции на рынке</li> <li>Проблемы и нестабильность в работе с другими ведомственными единицами ПФР</li> </ul>                                                          |

## Проблемы:

- Отсутствие онлайн-инструментов по взаимодействию с клиентами
- Отсутствие филиальной сети/проблема осязаемости продукта

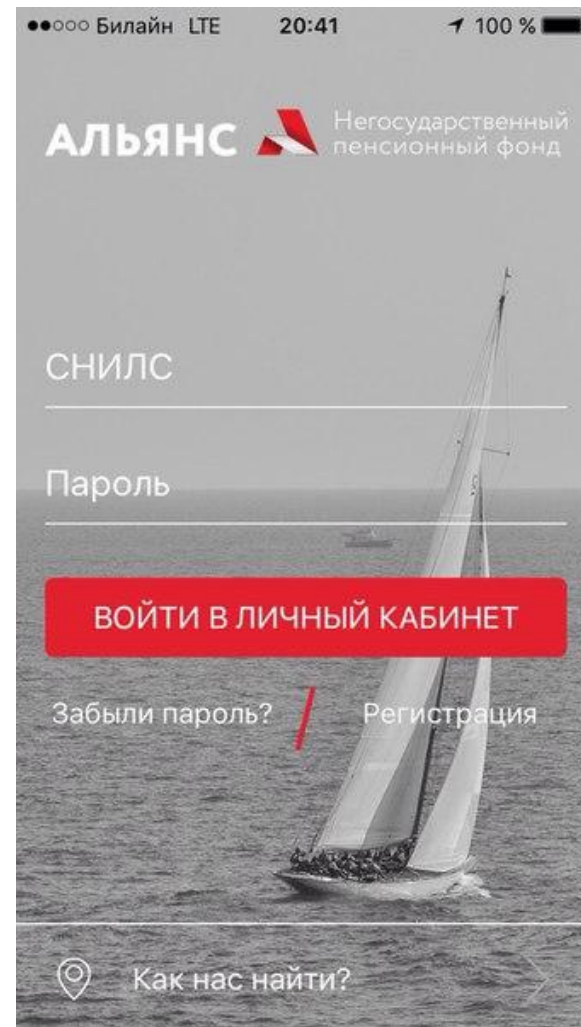
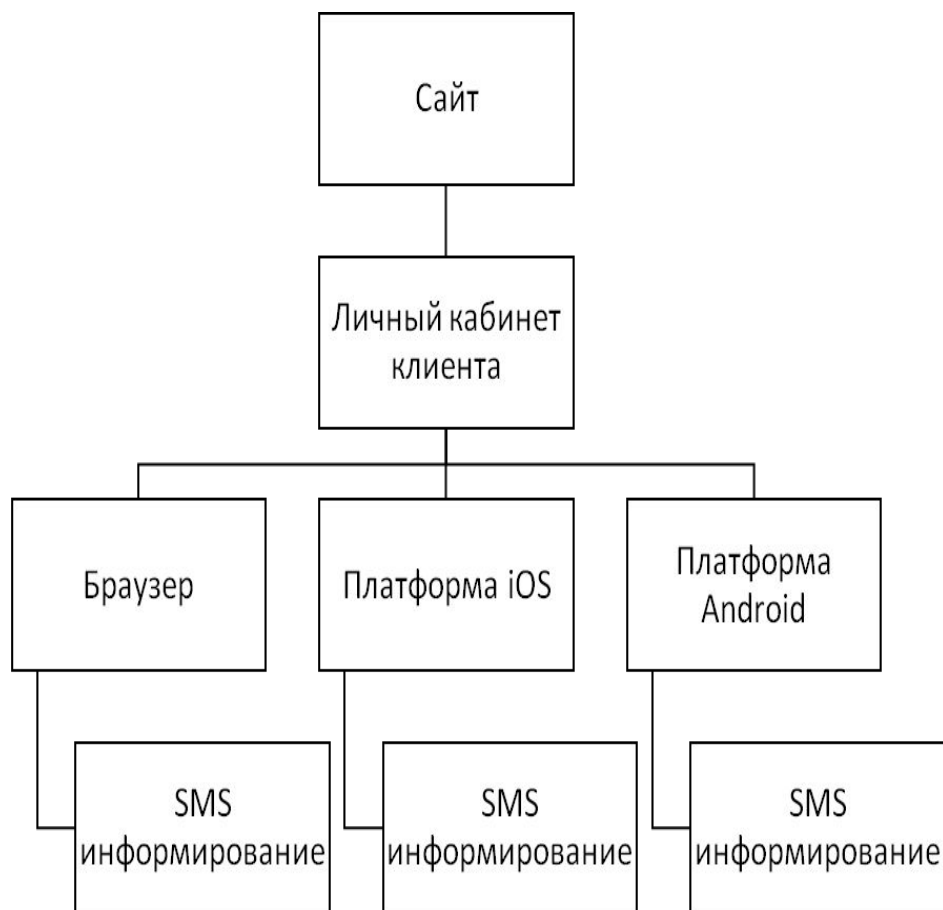
## Новая маркетинговая стратегия по развитию качества обслуживания и взаимодействия с клиентами АО НПФ «Альянс»:

«Создание нового инструмента для улучшения качества обслуживания клиентов и поддержания дистанционной коммуникации Фонда с клиентом с помощью Интернет-ресурса, который является решением проблемы дистанционного обслуживания и информирования клиентов АО НПФ «Альянс».

## Решение проблемы:

Создание Интернет-ресурса «Личный кабинет клиента»

# «Личный кабинет клиента»





# Прогнозирование и оценка работы Интернет-ресурса «Личный кабинет клиента»

За месяц работы количество зарегистрированных клиентов составило 96 человек в период с 11.05.2016 по 11.06.2016 года

Прогнозируемый расчет количества зарегистрированных пользователей в новой системе был произведен по формуле:

$$a_n = a_1 * q^{n-1}$$

Где,

$a_1$  – количество зарегистрированных пользователей за первый месяц работы Лк

$q$  – рассчитанный коэффициент прироста

$n$  – количество месяцев

Согласно расчету (3.2.2), количество зарегистрированных лиц в системе «Личный кабинет клиента» за год составило 12455 человек.

$$a_{12} = a_1 * q^{12-1} = a_1 * q^{11} \quad (3.2.2)$$

Где,

$a_1 = 96$  человек

$q = 1,5$

$n = 12$

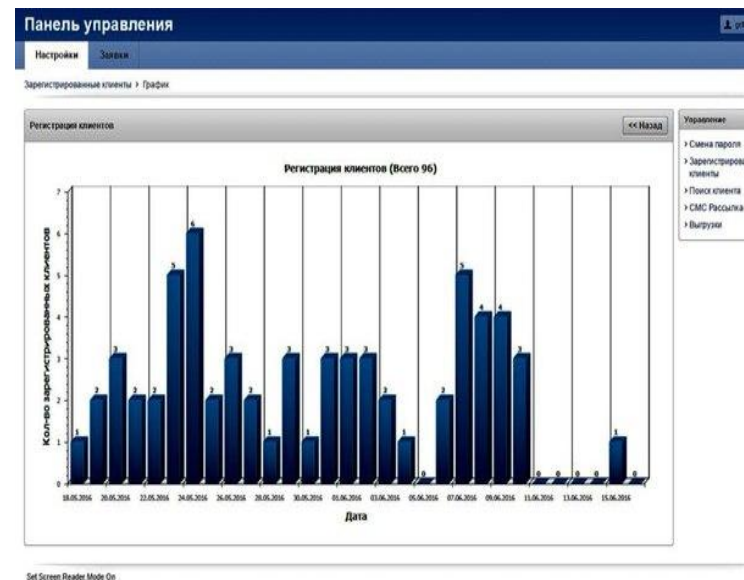
$$a_{12} = 96 * \left(\frac{3}{2}\right)^{11} = 96 * \frac{531441}{4096} = 12455$$

На момент внедрения Интернет-ресурса «Личный кабинет клиента» в Фонде состояло 14911 клиентов.

$$14\,911 = 100\%$$

$$12\,455 \text{ человек} = x\%$$

Следовательно,  $x=83\%$ .



**Спасибо за  
внимание!**