

# ORIENTAREA CATRE CLIENT IN DOMENIUL SERVICIILOR DE TELEFONIE / INTERNET

**BOSOI Bogdan Florin, DAN Ionela, GUDANA Razvan Adrian, și LASCU Florina Daniela**

Conducător științific: Prof.Univ.Dr.Ing. **Irina SEVERIN**

**REZUMAT:** Lucrarea sintetizeaza modul de evaluare in ceea ce priveste orientarea catre client in domeniul serviciilor de telefonie si internet. Am abordat aceasta tema cu scopul obtinerii unor indici referitor la gradul de satisfactie al clientilor in ceea ce priveste serviciile de telefonie si internet.

**CUVINTE CHEIE:** evaluare, serviciu, telefonie, internet, satisfactie client ;

## 1 INTRODUCERE

Cresterea competitivitatii intre operatorii serviciilor de telefonie si internet favorizeaza atitudinea selectiva a clientilor. De aceea este important ca acestia sa cunoasca si sa inteleaga asteptarile clientilor astfel incat elementele de conformitate ale serviciilor sa fie indeplinite.

Obiectivele urmarite in aceasta lucrare au fost de a scoate in evidenta atat aspectele pozitive cat si cele negative ale companiilor Orange, Vodafone si Telekom, in vederea indeplinirii cerintelor de conformitate a serviciilor de telefonie si internet. Rezultatele au fost obtinute in urma realizarii unor formulare, aplicate in punctele de vanzare ale fiecarei companii.

## 2 STADIUL ACTUAL

Clientul reprezinta cea mai importanta persoana dintr-o companie/organizatie care comunica dorintele sale companiei, cumparand de la acestea bunuri sau servicii.

In momentul actual companiile incearca o diversificare a serviciilor de telefonie si internet oferite pe piata pentru a atrage cat mai multi clienti. Deoarece companiile depind foarte mult de clientii lor acestea trebuie sa identifice necesitatile clientilor, prioritara fiind satisfactia cerintelor acestora si depasirea asteptarii lor.

Pentru a avea un client multumit, companiile trebuie in primul rand sa caute sa inteleaga nevoile si asteptarile acestuia, sa se asigure ca obiectivele companiei sunt legate de nevoile si asteptarile clientilor, sa se asigure ca sunt determinate si tratate riscurile si oportunitatile care pot influenta conformitatea produselor si serviciilor si capabilitatea de a creste satisfactia clientilor.

## 2.1 Elemente de conformitate ale serviciilor de telefonie/internet

Pentru a realiza cercetarea pe teren am stabilit o serie de elemente de conformitate ale serviciilor de telefonie/internet si anume:

1. Promptitudinea;
2. Atitudinea agentului (amabilitate, deschidere);
3. Cunostinte (profesionalism, parte tehnica, performanta tehnica);
4. Nivel de incredere oferit de companie/agentul din magazin;
5. Prezentarea;
6. Servicii asociate(service, callcenter);
7. Raportul serviciu-costuri;
8. Termenul necesar pentru furnizarea serviciului de acces la internet;
9. Viteza de rulare a serviciului de internet;
10. Aria de acoperire a semnalului de internet;
11. Gradul de detaliere al facturii;
12. Accesibilitate- suport online;
13. Termenul de livrare al produsului;
14. Corelarea dintre specificatiile produselor de pe site si dotarile/functionalitatea lor;
15. Variatia gamei de produse;

## 3 CERCETAREA PE TEREN

### 3.1 Metodologia

Dupa stabilirea elementelor de conformitate si a operatorilor ce furnizeaza aceste servicii, am decis sa vedem, prin comparatie intre punctele de vanzare ale fiecarui operator, daca organizatiile demonstreaza leadership si angajament in ceea ce priveste orientarea catre client.

Pentru obtinerea unor rezultate relevante am realizat un formular ce contine elementele de conformitate enumerate anterior.

## Orientarea catre client in domeniul serviciilor telefonice/internet

Elementele de conformitate	Distribuita aprecierii				
	Acord total (+2)	Acord(+1)	Indiferenta (0)	Dezaccord(-1)	Dezaccord total(-2)
Promptitudinea					
Atitudinea agentului (amabilitate, deschidere);					
Cunostinta/professionalism parte tehnica,perf.tehnica					
Nivelul de incredere oferit companie/agentul din magazin;					
Prezentarea;					
Servicii asociate(servise, callcenter);					
Raportul serviciu-coasturi;					
Termenul necesar pentru furnizarea serviciului de acces la internet;					
Viteza de rulare a serviciului de internet;					
Termenul de remediere a deranjamentelor (interv. de timp calc. in ore cuprins intre momentul receptionarii reclamatiei si remedierea problemei);					
Gradul de detalizare al facturii;					
Accesibilitate – Suport online;					
Termenul de livrare al produsului;					
Corelarea dintre specificatiile produselor de pe site si dotarile/functionalitatea lor;					
Variatia gamei de produse;					

1

**Fig.1. Formular tip**

### 3.2 Interpretarea formularelor

Am aplicat formularul in cate 5 puncte de vanzare diferite, ale fiecarui operator in parte. Am evaluat itemii prin acordarea unor smile-uri carora la corespund punctaje de la +2 la -2 unde: +2 reprezinta acord total iar la polul opus -2 reprezinta dezacord total. Aceasta scala indica intensitatea acordului sau dezacordului subiectului asupra unei caracteristici.

Scopul acestui formular a fost de a identifica daca sunt indeplinite si respectate in fiecare centru al fiecarui operator cerintele de conformitate, daca organizatiile mentin orientarea catre cresterea satisfactiei clientilor.

## 4 INTERPRETAREA REZULTATELOR

### 4.1 Rezultatele de pe teren

In urma analizei desfasurate pe teren si pe care am transpus-o in formulare, am calculat scorul pentru fiecare element de conformitate. In functie de punctajele obtinute am putut realiza o clasare a elementelor ce sunt respectate, dar si acelor elemente carora agentii nu le acorda o importanta foarte marea ducand la scaderea increderii clientilor pentru companie.

Am comasat rezultatele obtinute intr-un singur formular pentru fiecare operator in parte, dupa cum urmeaza:

Orange

Elementele de conformitate	Distribuita aprecierii				
	Acord total (+2)	Acord(+1)	Indiferenta (0)	Dezaccord(-1)	Dezaccord total(-2)
Promptitudinea					
Atitudinea agentului (amabilitate, deschidere);					
Cunostinta/professionalism parte tehnica,perf.tehnica					
Nivelul de incredere oferit companie/agentul din magazin;					
Prezentarea;					
Servicii asociate(servise, callcenter);					
Raportul serviciu-coasturi;					
Termenul necesar pentru furnizarea serviciului de acces la internet;					
Viteza de rulare a serviciului de internet;					
Aria de acoperire a semnalului de internet					
Gradul de detalizare al facturii;					
Accesibilitate – Suport online;					
Termenul de livrare al produsului;					
Corelarea dintre specificatiile produselor de pe site si dotarile/functionalitatea lor;					
Variatia gamei de produse;					

**Fig.2. Formular Orange**

Vodafone

Elementele de conformitate	Distribuita aprecierii				
	Acord total (+2)	Acord(+1)	Indiferenta (0)	Dezaccord(-1)	Dezaccord total(-2)
Promptitudinea					
Atitudinea agentului (amabilitate, deschidere);					
Cunostinta/professionalism parte tehnica,perf.tehnica					
Nivelul de incredere oferit companie/agentul din magazin;					
Prezentarea;					
Servicii asociate(servise, callcenter);					
Raportul serviciu-coasturi;					
Termenul necesar pentru furnizarea serviciului de acces la internet;					
Viteza de rulare a serviciului de internet;					
Aria de acoperire a semnalului de internet;					
Gradul de detalizare al facturii;					
Accesibilitate – Suport online;					
Termenul de livrare al produsului;					
Corelarea dintre specificatiile produselor de pe site si dotarile/functionalitatea lor;					
Variatia gamei de produse;					

**Fig.3. Formular Vodafone**

Telekom

Elementele de conformitate	Distribuita aprecieri				
	Acord total (+2)	Acord(+1)	Indiferenta (0)	Dezacord(-1)	Dezacord total(-2)
1.Promptitudinea	😊				
2.Atitudinea agentului (amabilitate, deschidere).	😊	😊			
3.Cunoștințe/profesiionalitate parte tehnică,perf. tehnică		😊			
4.Nivelul de încredere oferit de companie/agentul din magazin;		😊			
5.Prezentarea;		😊			
6.Servicii asociate(serviciu callcenter);			😞		
7.Raportul serviciu-costu		😊			
8.Termenul necesar pentru furnizarea serviciului de acces la internet;		😊			
9.Viteza de rulare a serviciului de internet;				😞	
10.Aria de acoperire a semnalului de internet;				😞	
11.Gradul de detaliere al facturii;		😊			
12.Accesibilitate-Suport online;	😊				
13.Termenul de livrare al produsului;	😊				
14.Corelarea dintre specificatiile produselor de pe site si dotarile/functionaliitatea lor;		😊			
15Variatia gamei de produse;	😊				

Fig.4. Formular Telekom

Se poate observa atat la Orange, Vodafone cat si la Telekom ca atitudinea si promptitudinea agentilor este una pozitiva, clasand elementele pe primele locuri.

O mica diferenta aparuta intre centrele operatorilor serviciilor de telefonie/internet este ca nu toti agentii sunt pregatiti indeajuns in ceea ce priveste parte tehnica, performanta tehnica ori prezentarea pe care acestia o fac produselor sau serviciilor este citita dupa anumite pliante. Din aceasta cauza ezitarile ori nesiguranta pe sine determina scaderea nivelului de incredere al clientului vizavi de companie.

Am realizat de altfel o comparatie intre oferta fiecarui operator in parte pentru produsul Samsung Galaxy S6. Astfel am putut observa diferenta de pret pentru acelasi produs, in oferta fiecarui operator astfel:

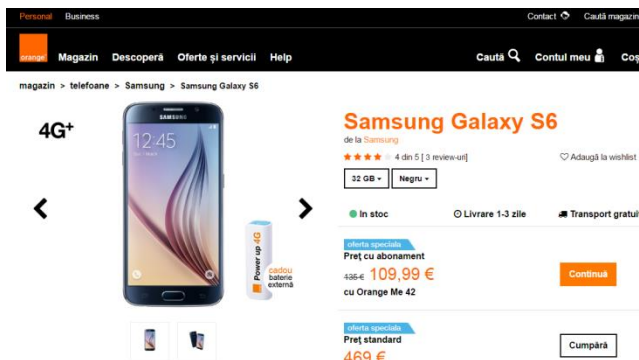


Fig.5. Samsung Galaxy S6(pret Orange)

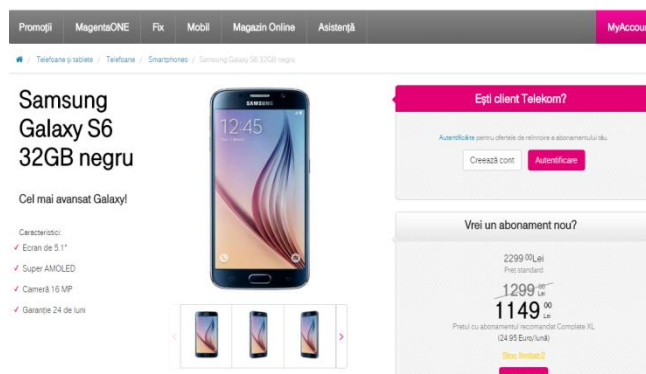


Fig.6.Samsung Galaxy S6(pret Telekom)



Fig.7.Samsung Galaxy S6(pret Vodafone)

Toate cele 3 companii respecta termenele de livrare a produsului iar in cazul defectarii produsului companiile ofera serviciul de garantie.

La portarea abonamentelor de la un operator la altul, oferta companiilor este mult mai buna comparativ cu portarea cartelelor care este foarte slaba (ex: pentru portarea unui numar de telefon ce detine o oferta de abonament din rețeaua Orange in rețeaua Vodafone, clientul primeste 48€ reducere la telefon+ 2 GB net, pe cand la portarea cartelei prepay, clientul primeste 10€ reducere la telefon plus oferta abonamentului la care se face portarea).

In cazul in care clientul solicita trimiterea unui produs in service nici unul dintre operatori nu pun la dispozitie clientului un produs inlocuitor .

In print screen-urile indicate mai jos se poate observa ca exista o clasare a operatorilor in functie de viteza de rulare a serviciului de internet. Am realizat masurarea vitezei de rulare a internetului cu ajutorul unei aplicatii si anume:

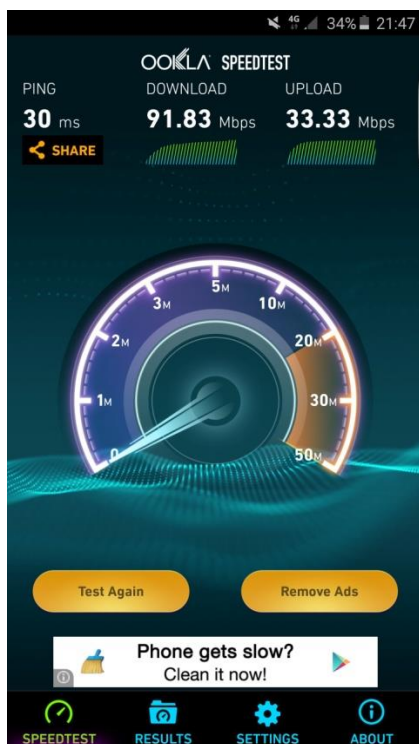


Fig.8.Valoarea maxima obtinuta in SpeedTest a vitezei de internet pentru reseaua Vodafone;

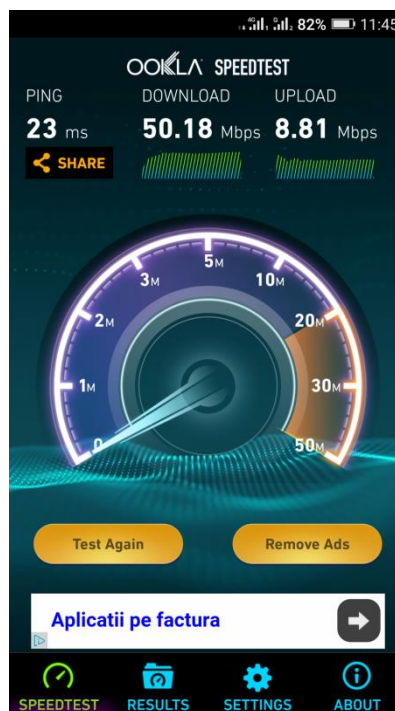


Fig.10.Valoarea maxima obtinuta in SpeedTest a vitezei de internet pentru reseaua Telekom;

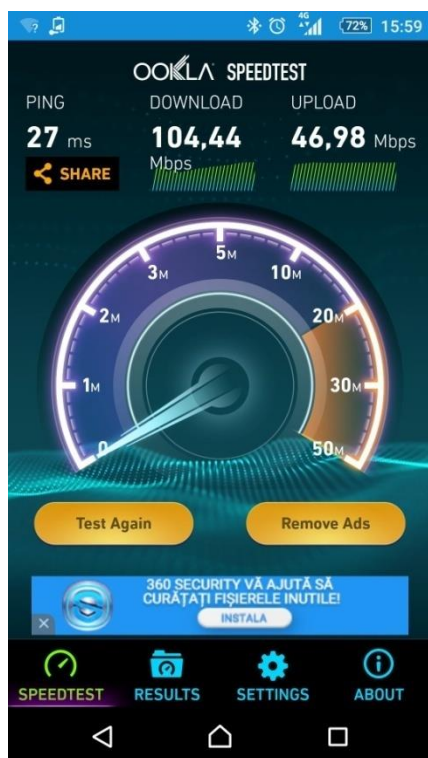


Fig.9.Valoarea maxima obtinuta in SpeedTest a vitezei de internet pentru reseaua Orange;

## 5 CONCLUZII

Prin aceasta cercetare am reusit sa scoatem in evidenta problemele cu care clientii se confrunta la ora actuala in ceea ce priveste serviciile de telefonie si internet, de altfel indispensabile . Aceasta ne-a condus la urmatoarele concluzii:

- Atitudinea si promptitudinea agentilor este pozitiva insa exista anumite neconcordanțe cand vine vorba de partea de cunostinte, de aici si urmatoarea concluzie: aceasta reprezinta o cauza a scaderii gradului de incredere al clientilor vizavi de companiile de telefonie si internet;
- Companiile ofera clientilor serviciul de call center, insa timpul de asteptare al companiei Orange pentru a intra in legatura cu unul din operatori este mai mic decat al celor de la Telekom/Vodafone. Cu toate acestea insatisfactia clientilor cu privire la acest serviciu se datoreaza faptului ca agentul nu are cunostintele necesare pentru a raspunde optim solicitarilor clientilor, in pofida orelor de training facute.
- Viteza de rulare a internetului este diferita pentru fiecare operator, ierarhia fiind urmatoarea: 1- Orange; 2- Vodafone; 3- Telekom;

- Toate cele 3 companii respecta corelarea dintre specificatiile produselor de pe site si dotarile/functionalitatea lor;
- Toate cele 3 companii ofera o gama larga de produse;

- [4]. [www.telekom.ro](http://www.telekom.ro) : Accesat la data 9.05.2016
- [5]. [www.orange.ro](http://www.orange.ro) : Accesat la data 9.05.2016
- [6]. [http://www.marketwatch.ro/articol/10604/Strategii\\_pentru\\_imbunatatirea\\_performantei\\_intr-un\\_Call\\_Center/](http://www.marketwatch.ro/articol/10604/Strategii_pentru_imbunatatirea_performantei_intr-un_Call_Center/) Accesat la data: 11.05.2016
- [7]. [www.srac.ro](http://www.srac.ro) : Accesat la data 12.05.2016

## 6 RECOMANDARI

Potrivit standardului international ISO 9001:2015 “Orientarea catre client” conduce la cresterea cifrei de afaceri si a cotei de piata prin flexibilitate si raspuns rapid la oportunitatile pietei prin imbunatatirea satisfactiei clientilor.

In acest sens, rezultatele cercetarii privind “orientarea catre client” arata ca, in cazul unor caracteristici evaluate perceptia clientilor este mai putin favorabila decat a organizatiei producatoare si prestatoare de serviciile de telefonie si internet .

Recomandarile pentru companii in ceea ce priveste imbunatatirea cerintelor de conformitate ale serviciilor de telefonie si internet sunt urmatoarele:

- Imbunatatirea serviciului de call center astfel incat clientii care au nevoie de suport din partea agentilor din centrala sa nu mai fie nevoiti sa piarda foarte mult timp asteptand preluarea apelului. Asadar propunem ca mod de imbunatatire dezvoltarea aplicatiilor de *Self Service*, complementare serviciului de call center. Pentru ca aplicatiile de self service sa fie dezvoltate corect , sunt necesare informatii clare, care sa permita decelerarea celor mai frecvente/ uzuale probleme ridicate de clienti;
- Fidelizarea clientilor ce folosesc cartele prepay pe o perioada indelungata de timp( cativa ani);
- Imbunatatirea ofertelor de portare de la un operator la altul ceea ce ar duce la cresterea numarului de clienti;

## 7 MULȚUMIRI

Prezentarea a fost realizata cu sprijinul si consultanta Doamnei prof. Irina SEVERIN.

## 8 BIBLIOGRAFIE

- [1]. Asociatia de standardizare din Romania (2015), *SR EN ISO 9000*
- [2]. Asociatia de standardizare din Romania (2015), *SR EN ISO 9001*
- [3]. [www.vodafone.ro](http://www.vodafone.ro) : Accesat la data 9.05.2016