

Построение “умной” беспроводной инфраструктуры в сети “ОККО”



Заказчик: Сеть заправок “ОККО”

Отрасль: Розничная торговля нефтепродуктами

Решение: Wi-Fi инфраструктура с сервисом геолокации и расширенной аналитикой

IT.Integrator

БОЛЬШИНСТВО КОМПАНИЙ В НЫНЕШНИХ УСЛОВИЯХ ИЩУТ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И ИДУТ ПО ПУТИ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕС-МОДЕЛИ.

Так, операторы связи трансформируются в комплексные ИТ и телекоммуникационные компании, а сети заправок, например, расширяют свои линейки продуктов и услуг до полноценных ритейл игроков.

Сеть автозаправочных комплексов “ОККО” не первый год наращивает свои масштабы за счет открытия в привязке к АЗК магазинов, кафе и тематических ресторанов.

Закономерно, что расширяя сферы деятельности, “Концерн Галнафтогаз”, который владеет сетью АЗК “ОККО”, выбрал путь завоевания позиций с помощью качественного взаимодействия с посетителями и повышения уровня обслуживания. В связи с этим перед ИТ-подразделением компании стала задача обеспечения беспроводным Интернетом около 400 автозаправочных комплексов с разграниченным доступом для сотрудников и клиентов. Вместе с тем, организация беспроводной сети передачи данных не была единственной целью, поскольку заказчик предполагал использовать расширенные возможности и дополнительные сервисы Wi-Fi.



Гостевое подключение клиентов АЗК было организовано согласно требованиям простоты доступа, поэтому для клиентов “ОККО” была реализована технология подключения через рекламный портал.

Сам процесс подключения зависит от платформы устройства, которую использует клиент. После подсоединения к открытой Wi-Fi сети автоматически или вручную запускается веб-браузер со стартовой страницей портала “ОККО”, где пользователь осуществляет вход в сеть.

Кроме того, решение предусматривает и альтернативный метод подключения – через личный аккаунт в Facebook. На первый взгляд, этот метод является более универсальным, но, в то же время, требует дополнительного ввода пароля и логина, что зачастую смущает гостей. Нужно учитывать, что после первичного Facebook-подключения, браузер при желании запоминает введенные данные, и повторной необходимости логиниться нет. Благодаря методу подключения через Facebook компания получает более персонализированные данные своих клиентов, а клиент - специальные акции и предложения.

Решение совместить два способа подключения через портал и Facebook было вызвано желанием дать альтернативу выбора клиентам и обеспечить для них наиболее комфортные условия.

После подключения пользователи автоматически перенаправляются на страницу заказчика в социальной сети, где “ОККО” всегда оперативно информирует своих подписчиков о новостях, акциях, а также даёт возможность общаться в режиме реального времени.

Алексей Севонькин, директор департамента телекоммуникаций, компания “ИТ-Интегратор”:

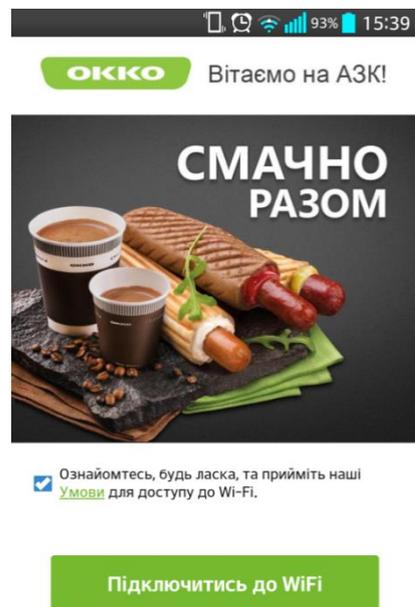
“Помимо качественного беспроводного доступа на 400 заправочных комплексах “ОККО” в рамках проекта была запланирована реализация аналитических возможностей системы Cisco Connected Mobile Experience (CMX) на базе Wi-Fi - сбор данных со всех АЗК в единую базу. Информация, доступ к которой предоставляет система CMX, накапливается и может анализироваться компанией для принятия управленческих решений по вопросам маркетинга, продаж, лояльности и пр.”

Возможности Cisco CMX позволяют значительно расширить функциональность решения беспроводного доступа Wi-Fi, предоставляя ряд уникальных преимуществ. Система отображает в реальном времени список всех занесенных в неё АЗК по регионам и формирует множество аналитических отчетов. Администраторы системы в режиме online могут отслеживать количество обнаруженных (те, у кого включен Wi-Fi на устройстве) и подключенных пользователей к сети, понимать, как часто они бывают на заправке, и, соответственно, предлагать уникальные торговые предложения в сети АЗК.

Функция точной геолокации (до 1 метра) на АЗК не использовалась, в виду отсутствия такой необходимости, но в последующем при увеличении площади АЗК или появлении такой потребности по другим причинам, решение может расширяться.

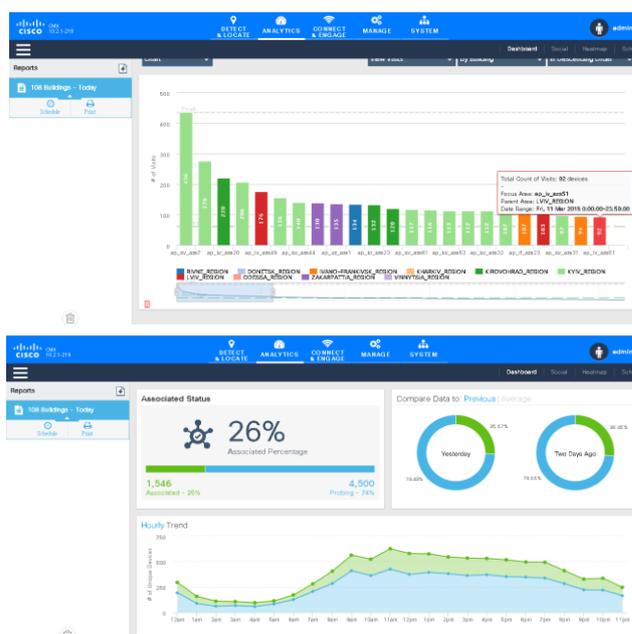
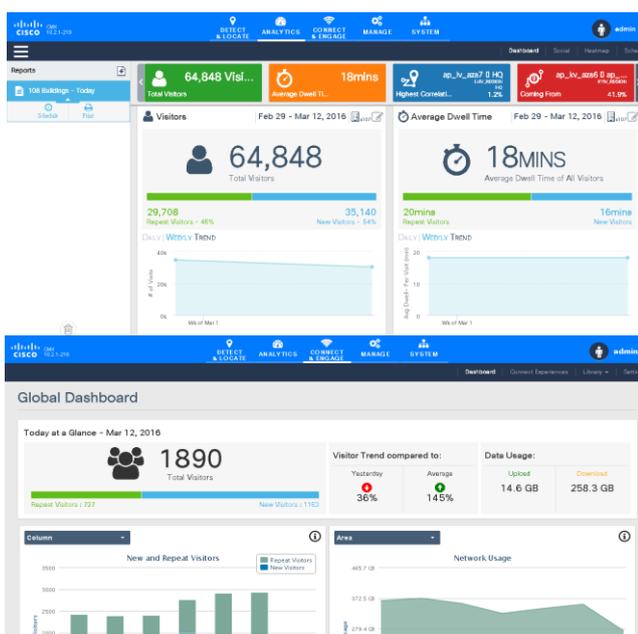
По каждому пользователю система собирает данные, включая тип устройства, стандарт, скорость и объем передачи данных, длительность и время сеанса. В случае Facebook-подключения, отображается также открытый профиль пользователя из социальной сети. В рамках всех собираемых данных существует возможность осуществлять поиск конкретного пользователя, например, по MAC, IP адресу или user name, отслеживая при этом историю подключения к сети.

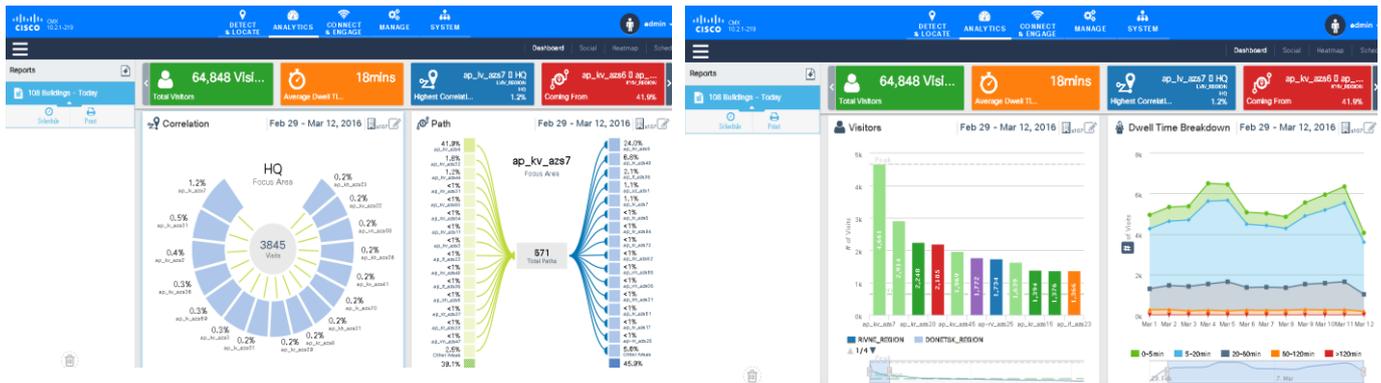
Полученные данные формируют разнообразные отчеты, которые можно самостоятельно настраивать, выгружать в разных форматах, менять вид отображения и представления.



Примеры наиболее важных и показательных отчетов (по результатам 2 недель использования решения на выбранных 107 АЗК):

- 1. Отчет по количеству пользователей.** Всего за две недели работы решения система зафиксировала 64 848 подключений пользователей, из которых 46% обнаруживались сетью минимум дважды. Данный отчет можно анализировать как в режиме реального времени, так и в сравнении с предыдущими периодами, например, со вчерашним днем.
- 2. Среднее пребывание пользователей** составляет около 18 минут, включая АЗК с кафе, которые есть не на всех объектах сети. Чтобы исключить из отчетов данные о подключениях в сеть сотрудников «ОККО», было принято решение изымать из статистики сеансы, длительность которых составляет более двух часов.
- 3. Отчет плотность по зонам** имеет неоспоримую ценность именно для представителей сферы ритейла, особенно для ТРЦ.
- 4. Отчет по перемещению между объектами** демонстрирует число пользователей, которые были подключены на конкретной АЗК и при этом ранее попадали в поле действия сети других заправок или объектов «ОККО».
- 5. Процентное соотношение подключенных пользователей к тем, которые имели активный Wi-Fi, но не совершили подключение к сети.** Около 25% приезжающих на заправку с включенным Wi-Fi ежедневно подключаются к сети «ОККО».
- 6. Распределение пользователей по времени пребывания.** Один из ключевых отчетов для подразделения маркетинга и продаж показывает разбивку по длительности пребывания на объектах компании, позволяя наиболее выгодно построить процесс взаимодействия со своими клиентами. Так, в среднем 11% гостей пребывает на АЗК от 0 до 5 мин, 63% - 5-20 мин., остальные попадают во временные отрезки 20-60 мин., 60-120 мин. и более 120 мин.
- 7. Отчет по наиболее/наименее загруженным заправам** интересен в сравнительном плане, делая выборку, например, по десятке наиболее загруженных станций на сегодня или по дням недели, благодаря которому компания планирует и грамотно распределяет свои ресурсы.
- 8. Загрузка АЗК** в реальном времени позволяет контролировать число пользователей в течение суток, анализируя активность подключений.





Алексей Севонькин, директор департамента телекоммуникаций, компания “ИТ-Интегратор”:

“Ключевая выгода реализованного проекта заключается в том, что “ОККО” предоставляет не только безопасный и надежный Интернет доступ для своих клиентов, получая полезные данные для своего бизнеса, но и имеет возможность за счет аналитических инструментов предоставить им уникальные персональные предложения и акции. Несмотря на то, подключался ли к корпоративной сети пользователь или нет, он попадает в аналитический отчет, позволяя компании делать выводы и аналитические прогнозы. Обеспечивая качественным беспроводным доступом все свои точки обслуживания, заказчик получил явное конкурентное преимущество, позволяющее быть ближе к клиенту и лучше понимать его потребности”.

О заказчике:

“Концерн Галнафтогаз” – ведущая украинская компания, один из лидеров на рынке нефтепродуктов, основной деятельностью которой является розничная реализация топлива и сопутствующих товаров через сеть заправочных комплексов “ОККО”. Другим важным направлением деятельности концерна является реализация потребительских и сопутствующих товаров в магазинах при АЗК. “Концерн Галнафтогаз” также реализует нефтепродукты большим и малым оптом и предоставляет услуги по хранению и транспортировке нефтепродуктов. В структуре компании работает и крупнейшая в Украине сеть заведений питания в дороге, в том числе 41 ресторан, которые работают под брендами A la minute, Pasta Mia и Meiwei.