

MATEUSZ KICIŃSKI

ADAM DEPTA

IWONA STANIEC

**Wydział Organizacji i Zarządzania
Politechniki Łódzkiej**

HARMONOGRAMOWANIE WIZYT ZA POMOCĄ APLIKACJI BOOKSY

Osiągnięcie upragnionego sukcesu przez każdego przedsiębiorcę jest możliwe dzięki wykorzystaniu podstawowych funkcji zarządzania, którymi są: planowanie, organizowanie, koordynowanie i motywowanie. W dzisiejszych czasach, mimo rosnących wymagań klientów i pracowników, pomocne może okazać się wykorzystanie nie tylko nowych technologii, rozumianych jako nowoczesne maszyny na liniach produkcyjnych czy urządzenia do wykonywania zabiegów, ale także aplikacje mobilne dostępne na smartfonach. Aplikacje mobilne nie muszą służyć wyłącznie rozrywce – obecnie coraz więcej małych, średnich i dużych przedsiębiorstw korzysta z nich w celu ułatwienia sobie pracy i budowania relacji z klientami. Tworzenie własnej aplikacji często wiąże się z niską wydajnością oraz bardzo wysokimi kosztami, na które nie mogą sobie pozwolić przedsiębiorstwa z sektora MŚP. Najczęstszą wadą takiej aplikacji jest również brak integracji z innymi systemami, co obecnie daje przewagę konkurencyjną. Na rynku aplikacji mobilnych istnieje wiele rodzajów oprogramowania, które można wykorzystać w abonamencie pozwalającym na modyfikację danego programu do wymaganych preferencji firmy. Aplikacje mobilne stają się podstawowym narzędziem ułatwiającym nie tylko zarządzanie biznesem, ale także zarządzanie relacjami z klientami.

1. Wprowadzenie

W przedstawionej pracy za cel przyjęto wdrożenie i implementację wybranej aplikacji mobilnej do potrzeb konkretnego salonu kosmetycznego. Zaimplementowana aplikacja służy głównie do harmonogramowania wizyt w salonach usługowych. Jej wykorzystanie ma za zadanie uprościć oraz skrócić czas umawiania wizyt w salonie i stworzyć bazę danych, zawierającą wykonywane przez klientów zabiegi, dzięki której personel w łatwy sposób będzie mógł kontrolować obciążenie poszczególnych pracowników oraz dostępność usług.

W literaturze przedmiotu można odnaleźć następujące aspekty dotyczące aplikacji mobilnych, mających zastosowanie między innymi:

- jako innowacyjne narzędzie marketingu mobilnego na rynku żywności [1, s. 315–326],
- w procesie przepływu informacji między przedsiębiorstwem a klientem [2, s. 99–109],
- jako narzędzie realizacji strategii zarządzania relacją z klientem [3, s. 33–47].

W obecnych czasach dynamicznie zmieniającego się otoczenia organizacje funkcjonujące na rynku muszą stale się rozwijać i eksperymentować, aby zaspokoić potrzeby klientów. Są one coraz większe, gdyż tempo zachodzących zmian w otoczeniu nie zawsze pozwala zareagować przedsiębiorcom w odpowiednim momencie. W wyniku tego tradycyjne metody zarządzania biznesem nie przynoszą już oczekiwanych efektów. Właściciele przedsiębiorstw muszą zatem zaadaptować nowoczesne procesy planowania i zarządzania w swoich organizacjach. Planowanie powinno obejmować nie tylko działania krótkoterminowe i dotyczące najbliższego obszaru, ale także obszary wielopłaszczyznowe, długofalowe, pozwalające na rozwój bądź modyfikację profilu firmy równolegle wraz ze zmieniającym się otoczeniem [4, s. 25–27], [5, s. 11–26].

Sukces każdego funkcjonującego przedsiębiorstwa na rynku zależy od tego, jak skuteczne i efektywne działania podejmowane są, aby osiągnąć zamierzone cele. Sukces jest wynikiem pojęcia skuteczności oraz efektywności, które często są naprzemiennie definiowane w praktyce przez przedsiębiorców lub pracowników. Skuteczność jest rozumiana jako wykonywanie działań mających na celu osiągnięcie konkretnego wyniku, skutku, pomijając wykorzystane zasoby potrzebne do osiągnięcia danego efektu. Natomiast zadania efektywne charakteryzują się zarówno dobrym rezultatem, skutecznością oraz odpowiednio wysoką wydajnością. Wydajność z kolei to wynik działań przedstawiający relację uzyskanych efektów do poniesionego wkładu [6, s. 24–26], [7, s. 22–23].

2. Zidentyfikowany problem

Przedsiębiorstwo Centrum Estetyki zмага się z problemami dotyczącymi umawiania wizyt, zarządzania relacjami z klientami oraz wykazuje chęć dotarcia do nowych klientów przy pomocy nowoczesnych technologii informatycznych dopasowanych do charakteru działalności przedsiębiorstwa.

Podmiotem badań jest Centrum Estetyki, przedsiębiorstwo usługowe istniejące na rynku od 1995 roku. Przeznaczone dla osób dbających o swoje ciało i duszę. Salon dzięki wieloletniemu doświadczeniu oferuje wiele usług, dzięki którym klienci mogą zadbać o swoje ciało i lepsze samopoczucie. Przez zwiększającą się

konkurencję w sektorze pielęgnacji ciała i chęci zyskania przewagi salon zdecydował się na usprawnienie funkcjonowania działalności poprzez wykorzystanie aplikacji mobilnej.

Aplikacja BooksyBIZ jest jedną z najlepiej ocenianych aplikacji, zarówno przez klientów, jak i przedsiębiorców, którzy przy jej wsparciu zarządzają swoimi działalnościami. System aplikacji posiada narzędzia umożliwiające wykorzystanie takich funkcji zarządzania, jak: planowanie, kontrolowanie, organizowanie oraz motywowanie, jak również tworzenie relacji z klientami poprzez: badanie satysfakcji, informowanie o planowanych wizytach czy nowościach.

Pośród istniejących metod badawczych do zidentyfikowania problemu została wybrana obserwacja uczestnicząca. Wykorzystane narzędzie badawcze pozwalające na zebranie danych to arkusz obserwacji własnej. Wyniki obserwacji wzbogacono informacjami z wywiadów z właścicielami salonu, pracownikami i spotkanymi klientami.

Ze względu na chęć uzyskania informacji prowadzących do zidentyfikowania problemu jako punkt obserwacji wybrano stanowisko recepcji w salonie Centrum Estetyki. Obserwacja miała miejsce w październiku 2021 roku w godzinach pracy salonu. Przy wykorzystaniu arkusza obserwacji odnotowano, m.in. następujące wyniki obserwacji:

- często brak było personelu na recepcji,
- brak kontaktu ze strony salonu (nie zawsze odbierano telefony),
- brak asystentki (osoby odpowiedzialnej wyłącznie za harmonogramowanie wizyt klientów),
- salon nie wykorzystuje narzędzi wspomagania obsługi klienta w postaci systemów CRM (*Customer Relationship Management*), aplikacji mobilnej, wirtualnej recepcji lub automatycznej sekretarki,
- rezerwacje zapisywano w papierowym zeszycie,
- brak systemu oceny usług,
- nieoptymalne wykorzystanie czasu pracy spowodowane przerwami na odbieranie telefonów lub obsługę klientów pojawiających się w salonie,
- brak ustrukturyzowanej bazy danych na temat historycznych zabiegów klientów,
- frustracja klientów spowodowana oczekiwaniem na obsługę,
- salon oddzwania do klientów w celu zaproponowania nowego terminu realizacji usługi – klienci nie zawsze odbierają telefony.

W salonie Form Studio Centrum Estetyki wizyty dla klientów ustalane były w tradycyjny sposób telefonicznie lub w recepcji poprzez zapisy w papierowym kalendarzu.

Zastany sposób harmonogramowania wizyt nie wykorzystywał nowych możliwości cyfrowego świata oraz powszechnie dostępnej automatyzacji.

Opisany sposób zarządzania usługami w przedsiębiorstwie Form Studio Centrum Estetyki nie był optymalny, gdyż proces harmonogramowania wizyt czasami zabierał dużo czasu i powodował przestoje w wykonywanych usługach, wskutek czego czasami powstawały opóźnienia w realizacji kolejnych usług. Specjaliści przeprowadzający zabiegi nie mogli w pełni skupić się na wykonywanej pracy oraz budowaniu relacji z klientami, gdyż ich zabiegi były przerywane przez osoby chcące umówić się na kolejne wizyty bądź sprawdzić dostępny terminy w salonie. Pewne grono klientów, z powodu nieśmiałości bało się odmówić bądź przełożyć wizytę w czasie rozmowy telefonicznej. Przez powstałe sytuacje salon tracił możliwość umówienia nowych wizyt, a to przekładało się na zmniejszenie przychodów przedsiębiorstwa.

3. Model wdrożeniowy

Rozwój mobilnego świata zmusza przedsiębiorców do zmiany sposobu prowadzenia swojego biznesu. Firmy, w celu dopasowania się do wymagań klientów i zmian otoczenia, coraz częściej decydują się na wykorzystanie aplikacji mobilnych, dzięki którym mogą otrzymać wiele korzyści i umocnić swoją pozycję na rynku wśród konkurencji. Coraz więcej użytkowników z dostępem do Internetu mobilnego decyduje się na korzystanie z aplikacji mobilnych, gdyż są one wygodne, dostępne w każdym miejscu i o każdej porze. Prosta i przejrzysta aplikacja mobilna to doskonałe narzędzie do komunikacji z klientem, za pośrednictwem której przekazywane są informacje o dostępnych produktach, promocjach, czy kluczowe informacje dotyczące firmy, a przede wszystkim terminy wizyt (ich łatwe potwierdzenie, odwoływanie lub przełożenie). Kolejną zaletą wykorzystania aplikacji jest budowanie zaufania klientów poprzez specjalne programy lojalnościowe, za pośrednictwem których mogą oni zbierać punkty i wymieniać na darmowe produkty czy też usługi. Przedsiębiorcy dzięki aplikacji mogą również śledzić zachowania swoich klientów, historię zakupów, przeglądane produkty, a zbiór takich informacji może zostać wykorzystany do budowania indywidualnych promocji [8, s. 166], [9, s. 101–103].

Aplikacje mobilne są również wykorzystywane jako narzędzie, służące do zarządzania działaniami wewnątrz firmy. Zdalne zarządzanie biznesem pozwala na zaoszczędzenie czasu oraz pieniędzy. Aplikacje dają możliwość planowania, organizowania, kontrolowania zadań oraz są elementem motywacyjnym dla pracowników, skłaniają do elastycznych grafików czy zwinnego podejścia do zarządzania. Pracownicy muszą zadbać o jak najwyższy poziom wykonywanych zadań czy też świadczonych usług, gdyż klienci mają możliwość zrecenzować publicznie zakupiony produkt lub wykonaną usługę. Przedsiębiorcy korzystający z aplikacji

BooksyBIZ posiadają do dyspozycji kalendarz wizyt, który odpowiednio wykorzystany pomaga zaplanować przyszłe działania wewnątrz przedsiębiorstwa oraz zorganizować niezbędne narzędzia do realizacji zarezerwowanych usług. Kolejnym narzędziem, które może wykorzystać przedsiębiorca korzystający z aplikacji są zakładki „Opinie” oraz „Prowizje”. Te dwie opcje mogą wspomóc funkcję motywacji, gdyż za każdą zrealizowaną usługę pracownik może otrzymać prowizję wyznaczoną przez właścicieli przedsiębiorstwa. Motywująco może również wpływać opinia klienta pozostawiona w zakładce „Opinie”, dzięki której pracownicy będą wykonywać usługi z jak największą precyzją, aby klient i przełożony byli zadowoleni. Zakładka „Opinie” może również spełniać funkcję kontroli, nad jakością wykonywanych usług. Klient, który zostawi szczegółową informację dotyczącą jakości wykonanej usługi, daje możliwość pracownikom na stanowiskach kierowniczych wyeliminować błędy w wykonywanych usługach oraz poprawić jakość kolejnych zabiegów. Funkcja kontroli może być również realizowana poprzez dostępne narzędzie „Magazyn”, które synchronizowane z kalendarzem wizyt podaje informację zwrotną o wykorzystywanych produktach, półproduktach i surowcach podczas realizowanych usług. Narzędzie kontroluje stany magazynowe materiałów niezbędnych do funkcjonowania przedsiębiorstwa i wysyła komunikat do osoby odpowiedzialnej za realizację zamówień, gdy w przedsiębiorstwie zostaje osiągnięty ustalony poziom rezerw [10, s. 107].

Tabela 1. Zalety wykorzystania aplikacji mobilnych

Przedsiębiorca	Klient
redukcja dokumentów w formie papierowej	szybkie i łatwe rezerwacje usług
ułatwiony dostęp do historii zrealizowanych usług	brak konieczności czekania w kolejce
lepsza komunikacja z klientem	porównywanie cen konkurencji
dostęp do narzędzi marketingowych	powiadomienia przypominające o zarezerwowanych wizytach
ułatwione kontrolowanie działań pracowników i zadowolenia klientów	możliwość weryfikacji jakości wykonywanych usług
poznanie preferencji i oczekiwań klientów	powiadomienia o nowych usługach
wymiana danych w czasie rzeczywistym	personalizacja usług

Źródło: opracowanie własne.

Aplikacje mobilne to narzędzia posiadające obszerne pakiety korzyści, które pozwalają przedsiębiorcom zwiększyć rentowność, poprawić komunikację wewnątrz firmy, zadbać o lepszą relację z klientami oraz umocnić pozycję rynkową. Sam etap projektowania innowacji nie jest niezbędny do rozwoju gospodarczego. Wdrożenie istniejących innowacji, nowych technologii oraz modyfikacja parametrów dopasowanych do działalności przedsiębiorstwa jest źródłem rozwoju organizacji [11, s. 472–475]. Oprogramowanie mobilne wykorzystywane przez przedsiębiorców i klientów posiada również wady, na które powinny być przygotowane obie strony.

Tabela 2. Wady wykorzystania aplikacji mobilnych

Przedsiębiorca	Klient
koszty związane z projektem aplikacji bądź abonamentem	śledzenie historii zakupowej/usługowej
zakup urządzeń kompatybilnych z aplikacją	urządzenie mobilne z kompatybilnym systemem
ryzyko związane z fałszywymi kontami	fałszywe opinie
wymagana instalacja	wymagana instalacja
konieczność aktualizacji	konieczność aktualizacji
dodatkowe obciążenie baterii urządzenia	dodatkowe obciążenie baterii urządzenia
wymagany stały dostęp do sieci internetowej	wymagany stały dostęp do sieci internetowej

Źródło: opracowanie własne.

Digitalizacja procesów sprzedażowych przy wykorzystaniu aplikacji mobilnych daje przedsiębiorcom, jak i klientom, wiele korzyści. Posiadanie odpowiedniej infrastruktury informatycznej pomaga uprościć planowanie, sprawne kontrolowanie postępów oraz zwiększyć szybkość i jakość podejmowanych decyzji, które przybliżają przedsiębiorstwa do osiągnięcia sukcesu rynkowego. Systemy informatyczne, mimo nieustannego rozwoju, posiadają również wiele wad wspólnych, które dotyczą przedsiębiorców i klientów. Potencjalny użytkownik aplikacji mobilnej musi być przekonany o profitach, które ona oferuje, aby poświęcił swój czas na jej instalację. Decydując się na instalację aplikacji należy pamiętać o wymaganiach systemowych, które musi spełnić nośnik aplikacji. Jeżeli użytkownik posiada zbyt stare urządzenie, mogą pojawić się problemy podczas korzystania

z aplikacji lub instalacja nie będzie w ogóle możliwa. Taka sytuacja może wymuszać zakup nowego urządzenia, na którym będzie możliwe uruchomienie aplikacji. Istotnym zagrożeniem w aplikacjach mobilnych są również fikcyjne konta, które pozostawiają fałszywe opinie dotyczące funkcjonowania przedsiębiorstw. Nieprawdziwe opinie są zagrożeniem zarówno dla klientów, jak i przedsiębiorstw – mogą wprowadzić w błąd obie strony [12, s. 51–56].

4. Wdrożenie rozwiązania

Osoba odpowiedzialna za implementację aplikacji do salonu Centrum Estetyki w pierwszym etapie zapoznała się z obecnym regulaminem wykorzystania aplikacji i dokładnym sposobem funkcjonowania systemu poprzez kontakt z działem obsługi klienta. Osoba pracująca na infolinii wyjaśniła wszystkie niejasności, które były niezrozumiałe dla wdrażającego oraz wytłumaczyła, skąd pojawiają się różnice cenowe na fakturach zawierających te same usługi. W celu jak najlepszego poznania systemu aplikacji, osoba realizująca wdrożenie zapisała się na dwugodzinne szkolenie online, które prowadził pracownik Booksy International sp. z o.o. dla firm, które już korzystają z aplikacji bądź chcą zacząć z niej korzystać.

W kolejnym etapie wdrażający zapoznał się z ofertą salonu dostępną na stronie internetowej i dokonał przeglądu literatury z zakresu medycyny estetycznej. Stworzono opisy zabiegów wykonywanych w salonie, które umieszczono w aplikacji. Na tym etapie został również przygotowany arkusz w programie MS Excel, który ułatwia importowanie bazy klientów do aplikacji oraz arkusz obserwacji własnej.

1	full_name	first_name	last_name	email	phone	secret_note	customer_birthday	discount
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								

Rys. 1. Katalog danych klientów

Źródło: opracowanie własne.

Dnia 19.10.2021 roku doszło do spotkania z właścicielkami salonu. Na początku spotkania kierujące przedsiębiorstwem zapoznały się z regulaminem aplikacji oraz kosztami wynikającymi z wykorzystania systemu. Przeprowadzono wywiad, podczas

którego przedstawiona została struktura firmy, zastany sposób rezerwacji wizyt, czas wykonywanych usług, sprzęt potrzebny do wykonywania konkretnych zabiegów, czas przerw technicznych przed przystąpieniem do zabiegów i po nim, system zmianowy oraz osoby odpowiedzialne za wykonywanie różnego rodzaju zabiegów. Zebrane informacje były wymagane do utworzenia profesjonalnego systemu rezerwacji wizyt, który ułatwia funkcjonowanie przedsiębiorstw usługowych. Podczas tworzenia profilu salonu dokonano digitalizacji bazy danych klientów za pośrednictwem przygotowanego arkusza oraz dostępnych usług. W tym samym dniu równoległe podczas tworzenia profilu w aplikacji BooksyBIZ oraz systemu rezerwacji przeprowadzona została obserwacja uczestnicząca. Było to możliwe dzięki odpowiedniemu miejscu, z którego realizator wdrożenia mógł obserwować stanowisko recepcji.

Załącznik 1

Arkusz obserwacji

Cel obserwacji:
Miejsce obserwacji:
Data:
Zakres czasu:

Wyniki obserwacji:

Rys. 2. Arkusz obserwacji uczestniczącej

Źródło: opracowanie własne.

Po utworzeniu profilu oraz systemu rezerwacji odpowiadającego charakterowi działalności salonu, osoba odpowiedzialna za implementację przeprowadziła szkolenie dla właścicielek, które miało na celu naukę wykorzystania dostępnych funkcji. Zakres szkolenia obejmował proces rezerwacji, zmiany terminów wizyt, powiadamiania klientów, wpisywania klientów do kalendarza przez pracowników, modyfikacji kart klientów, dodawania nowych usług i przypisywania im sprzętu,

wprowadzania pojedynczych klientów do aplikacji i aktualizacji bazy danych za pośrednictwem utworzonego arkusza. Zaprezentowane zostało również wykorzystanie narzędzi do tworzenia podstawowych grafik marketingowych i umieszczanie ich na portalach oraz symulacja rezerwacji wizyty przez klienta.

W pierwszym dniu wdrożenia wyżej opisywane działania zostały realizowane w czasie jedenastu godzin. Ze względu na obawy pracowników dotyczące funkcjonowania systemu, aplikacja została uruchomiona w trybie „offline”. Kalendarz rezerwacji dostępny był tylko dla pracowników, którzy samodzielnie mogli wpisywać umówione zabiegi przez klientów. Wspólnie z właścicielkami ustalono dwutygodniowy okres działania w trybie dostępnym tylko dla pracowników. W tym czasie mieli oni za zadanie adaptować się do wdrożonego systemu i przygotować do kolejnego spotkania pytania i listę problemów, które pojawiły się podczas nauki.

W dniu 02.11.2021 miało miejsce kolejne spotkanie, podczas którego wdrażający odpowiedział na zebrane pytania dotyczące funkcjonowania aplikacji BooksyBIZ. Jedno z pytań, które pojawiło się po okresie próbnym dotyczyło sposobu umawiania dwóch wizyt u jednego pracownika na tą samą godzinę. Wdrażający wytłumaczył, iż aplikacja nie posiada jeszcze takiej funkcji dostępnej dla klientów, ale można tego dokonać w kalendarzu rezerwacji za pośrednictwem profilu pracownika. Kolejne problemy dotyczyły dodawania nowych usług i przypisywania ich pracownikom oraz odpowiednim urządzeniom. W tym celu przeprowadzone zostało jeszcze raz szkolenie oraz samodzielne dodawanie nowych usług przez właścicieli pod nadzorem osoby realizującej wdrożenie. Następne pytanie dotyczyło możliwości wyłączenia powiadomień *push* dla klientów przekazywanych przez aplikację bądź za pośrednictwem wiadomości SMS. Działanie tej funkcji zostało zaprezentowane i wyłączone dla klientów, którzy nie chcieli otrzymywać powiadomień. W celu sprawdzenia poprawności działania została przeprowadzona symulacja rezerwacji.

Po rozwiązaniu powstałych problemów oraz udzieleniu odpowiedzi na przedstawione pytania, wdrażający zajął się synchronizacją kalendarza wizyt z portalami społecznościowymi, na których przedsiębiorstwo reklamowało swoje usługi. Uzyskanie kompatybilności kalendarza aplikacji z portalem Instagram zajęło 15 minut, gdyż prowadzony profil wymagał przekształcenia go w tryb „profesjonalny” przeznaczony dla firm. Natomiast dodanie funkcji rezerwacji na portalu Facebook zajęło ok 40 minut, ponieważ aplikacja generowała błędny adres, przekierowujący do kalendarza aplikacji. Wymagany był kontakt z działem obsługi klienta, a następnie ponowne dodanie brakujących usług salonu w kalendarzu dostępnym na stronie Facebook.com. Po synchronizacji portali z aplikacją oraz upewnieniu się, że przekazana wiedza jest zrozumiała dla właścicielek dokonano włączenia aplikacji w tryb „online”, poprzez który klienci mogą rezerwować wizyty samodzielnie.

W tym dniu wdrażający zauważył również problem dotyczący starego sprzętu i zbyt wolnego połączenia internetowego, które utrudniało korzystanie z aplikacji. Dokonano rozpoznania infrastruktury informatycznej dostępnej w budynku, w którym funkcjonowało przedsiębiorstwo i zaproponowano wymianę laptopa oraz wskazanie dostawcy Internetu z najbardziej korzystnymi warunkami w tym obszarze.

5. Wnioski i perspektywy

Wdrożona aplikacja Booksy to bardzo praktyczne narzędzie wspierające procesy zarządzania usługami. Istotnie, wdrożenie aplikacji ma znaczący wpływ na zarządzanie opisywaną działalnością usługową, gdyż za jej pośrednictwem można zniwelować przedstawione wyniki otrzymane podczas obserwacji badawczej. Wykorzystując kalendarz rezerwacji, znajdujący się w aplikacji, zostaje wyeliminowany problem braku kontaktu z salonem w wyniku pustej recepcji bądź nieodbieranych telefonów. Pracownicy mogą skupić się na przeprowadzonych zabiegach i swoją uwagę poświęcić w pełni klientom, a tym samym wzmocnić budowanie pozytywnych relacji. Kalendarz aplikacji, pozwalający na samodzielne dokonywanie rezerwacji usług przez klientów niweluje prawdopodobieństwo wystąpienia frustracji związanej z oczekiwaniem na umówienie wizyty, pozwala zaproponować nowy termin wizyty przy użyciu powiadomień wysyłanych przez aplikację, a tym samym wyklucza konieczność kontaktu telefonicznego z klientami. Wirtualne karty danych zawierające historie wykonywanych zabiegów również przyczyniają się do optymalnego wykorzystania czasu pracy. Pracownik nie musi szukać odpowiedniego segregatora, a następnie karty klienta, aplikacja automatycznie tworzy bazę danych, zawierającą chronologicznie wykonywane usługi oraz pozwala wprowadzać pracownikom szczegółowe opisy przeprowadzonych zabiegów. Zakładka „portfolio” i „opinie” widoczna w aplikacji motywująco wpływa na dokładność i jakość wykonywanych usług przez pracowników, gdyż mają świadomość, że każdy przeprowadzony zabieg może zostać oceniony i opisany przez klienta. Zawarty w aplikacji system oceny usług i portfolio to narzędzia pozwalające na zyskanie nowych klientów. Dobrze zaprojektowane portfolio i szereg pozytywnych opinii wpływa na decyzję dokonania rezerwacji usług przez potencjalnych klientów.

Pomimo wielu zalet aplikacji mobilnych, takich jak Booksy, pojawiają się wady, do których można zaliczyć koszt zakupu urządzeń z parametrami wymaganymi do obsługi aplikacji, dostęp do Internetu zarówno przez klienta, jak i właściciela firmy. W obecnych czasach dalej żyją ludzie, głównie w podeszłym wieku, którzy nie wykorzystują jeszcze dostępnej technologii wymaganej do obsługi aplikacji. Dla wdrażanej aplikacji największą wadą okazał być się pośrednik tworzący bazę danych, czyli administrator Booksy.com. Niektóre wady, takie jak brak

odpowiednich urządzeń czy też obawa pracowników lub klientów przed użytkowaniem aplikacji są możliwe do wyeliminowania poprzez szkolenia czy zakup nowego sprzętu. Natomiast baza danych, tworzona przez dystrybutora czy też przedsiębiorstwo będące właścicielem aplikacji, to element, do którego akceptacji jest zmuszonych wiele małych i mikro przedsiębiorstw. Stworzenie aplikacji na wyłączność wiąże się z kosztami rzędu dziesiątek tysięcy złotych, na które małe przedsiębiorstwa nie zawsze mogą sobie pozwolić, dlatego zmuszone są do wykorzystywania dostępnych narzędzi na licencji producenta. Właściciele przedsiębiorstw decydujących się na wykorzystanie aplikacji mobilnej, która nie jest ich własnością, muszą mieć świadomość zarówno zalet, jak i możliwości aplikacji oraz być przygotowani na problemy oraz obawy swoich klientów, które mogą zniechęcać do wykorzystywania wdrożonych technologii. Aplikacja BooksyBIZ to program, który, pomimo kilku wad, posiada szereg korzyści i możliwości prowadzących do usprawnienia oraz promowania działalności usługowych. Darmowy kreator marketingowy dostępny w aplikacji to narzędzie, które pozwala na tworzenie reklam udostępnianych na najbardziej popularnych portalach społecznościowych. W przyszłości odpowiednie wykorzystanie funkcji kalendarza oraz magazynu może ułatwić nadzór wykorzystywanych produktów oraz sprawdzić, co charakteryzuje się największym popytem. Nad programem pracuje szereg specjalistów, którzy aktualizują bądź wprowadzają nowe narzędzia usprawniające prace przedsiębiorstw decydujących się na współpracę.

Literatura

- [1] Jasiulewicz A., *Aplikacje mobilne jako innowacyjne narzędzie marketingu mobilnego na rynku żywności*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu” 2015, t. 1, nr 41, s. 315–326.
- [2] Sobolewska S., *Aplikacje mobilne w procesie przepływu informacji między przedsiębiorstwem a klientem*, „Roczniki Kolegium Analiz Ekonomicznych/Szkoła Główna Handlowa” 2017, nr. 44, s. 99–109.
- [3] Buczek K., *Aplikacje mobilne jako narzędzie realizacji strategii zarządzania relacją z klientem*, „Zarządzanie Innowacyjne w Gospodarce i Biznesie” 2021, t. 33, nr 2, s. 33–47.
- [4] Adamik A., *Organizacja w teoriach – ewolucja w sposobach postrzegania organizacji*, [w:] Adamik A. (red.), *Nauka o organizacji. Ujęcie dynamiczne*, Wolters Kluwer Polska – Oficyna, Warszawa 2013.
- [5] Krzakiewicz K., Cyfert S., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2020.
- [6] Bukłaha E., *Sukces, skuteczność i efektywność w zarządzaniu projektami*, „Studia i prace Kolegium Zarządzania i Finansów” 2012, nr 113, s. 24–26.
- [7] Kwiecień A., *Dynamiczne zarządzanie relacjami w kreacji sukcesu przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2018.

- [8] Alejziak W., *Zachowania konsumentów na rynku usług kosmetycznych*, [w:] Alejziak W., Pilch W., Szczechowicz B. (red.), *Rynek usług kosmetycznych: uwarunkowania, funkcjonowanie, perspektywy rozwoju*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Bronisława Czecha w Krakowie, Kraków 2021.
- [9] Sobolewska S., *Aplikacje mobilne w procesie przepływu informacji między przedsiębiorstwem a klientem*, „Roczniki Kolegium Analiz Ekonomicznych” 2017, nr 44, s. 101–102.
- [10] Lies J., *Aesthetics Rising from Beauty to Reputation Management*, “Corporate Reputation Review” 2021, vol. 24 iss. 2, s. 105–115.
- [11] Kłincewicz K., *Znaczenie innowacji dla organizacji*, [w:] Kłincewicz K. (red.), *Zarządzanie, organizacje i organizowanie – przegląd perspektyw teoretycznych*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2016, s. 472–475.
- [12] Nielsen J., Budiu R., *Funkcjonalność aplikacji mobilnych. Nowoczesne standardy UX i UI*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2013.

SCHEDULING A VISIT USING THE BOOKSY APPLICATION

Summary

Achieving the desired success by each entrepreneur is possible thanks to the use of basic management functions, which are: planning, organizing, coordinating and motivating. Nowadays, despite the increasing requirements of customers and employees, it may be helpful to use not only new technologies understood as modern machines on production lines, devices for performing treatments, but also mobile applications available for smartphones that we all use. Mobile applications do not have to be used only for entertainment purposes, nowadays more and more small, medium and large enterprises use mobile applications to facilitate their work and create relationships with customers. Creating your own application is often associated with very high costs, which cannot be afforded by enterprises from the SME sector, and low efficiency. The most common disadvantage of such an application is also the lack of integration with other systems, which now gives a competitive advantage. There are many types of software on the mobile application market that can be used for a subscription that allows you to modify a given program to the required preferences of the company. Mobile applications are becoming the basic tool that facilitates not only business management, but also customer relationship management