

Решміділова С.Л.

к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу
Хмельницького національного університету

МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОЦЕСІ НАДАННЯ ПОСЛУГ

Розвиток процесів цифровізації обумовив зростаючу роль маркетингових технологій сучасному обслуговуванні клієнтів. За рахунок швидкості, точності, зручності, які забезпечують маркетингові технології, створюється можливість покращення споживчого досвіду.

Основними перевагами використання маркетингових технологій у сфері послуг є:

- підвищення якості обслуговування за рахунок атоматизації процесів (зменшення кількості помилок і прискорення обробки запитів);
- збільшення швидкості надання послуг та зменшення часу очікування клієнтів;
- зручність для споживачів (за допомогою онлайн-сервісів, мобільних додатків, автоматизованих систем взаємодія з компаніями стає простішою та комфортнішою).

Технологічний процес, побудований на основі сучасних технологій, забезпечує високу якість послуг, швидкість виконання та конкурентоспроможність бізнесу. У сфері обслуговування технологічний процес може включати:

- використання CRM-систем для управління клієнтськими запитами;
- автоматизовані системи обробки замовлень у сфері e-commerce;
- роботизовані консультанти (чат-боти) для надання клієнтської підтримки.

Інформаційні технології відіграють вирішальну роль у підвищенні ефективності технологічних процесів при наданні послуг.

Однією з головних проблем у сфері послуг є черги та тривалий час очікування. Використання сучасних технологій дозволяє: автоматизувати процеси запису та обробки замовлень (наприклад, онлайн-бронювання через мобільні додатки); використовувати електронні черги, які сповіщають клієнтів про наближення їхньої черги; оптимізувати процес обслуговування за допомогою чат-ботів та голосових помічників, які відповідають на поширені запити без залучення операторів.

Впровадження інноваційних технологій значно покращує взаємодію з клієнтами за рахунок:

- офісної автоматизації (CRM-системи, які ведуть історію взаємодії з клієнтом, дозволяють персоналізувати обслуговування);
- систем розпізнавання образів (використовуються в магазинах для прискореного сканування товарів та верифікації клієнтів);
- електронного обміну інформацією (EDI), що скорочує затримки в передачі замовлень і даних між компаніями.

Аналіз основних ключових технологій у сфері послуг дозволив виділити такі її види.

1. Офісна автоматизація передбачає інтеграцію різних офісних технологій для підвищення продуктивності та зменшення рутинної роботи. Використання електронних документів замість паперових спрощує доступ до інформації. CRM-системи (Customer Relationship Management) допомагають вести історію взаємодії з клієнтами, персоналізувати обслуговування та прогнозувати попит. Автоматизація робочих процесів за допомогою штучного інтелекту та алгоритмів машинного навчання дозволяє швидше узгоджувати угоди та обробляти запити клієнтів.

2. Системи розпізнавання зразків використовують цифрові та оптичні технології для сканування, збереження та аналізу зображень. Вони дозволяють автоматично розпізнавати документи, зразки виробів тощо. Досить широко використовуються в банках (автоматична перевірка підписів), логістичних компаніях (сканування штрих-кодів) та охоронних системах

(біометричне розпізнавання). Наприклад: автоматичне розпізнавання пошкоджень автомобіля страховими компаніями за допомогою комп'ютерного зору.

3. Електронний обмін даними мінімізує ризик помилок і прискорює обмін інформацією між постачальниками, партнерами та клієнтами. Загалом використовується в логістиці, фінансових установах, роздрібній торгівлі та медицині. Так, Інтернет-магазин автоматично отримує оновлення щодо залишків товару на складі постачальника.

4. Системи ухвалення рішень та експертні системи допомагають аналізувати великі обсяги даних та пропонують найкращі варіанти рішень. Для цього вони використовують штучний інтелект та алгоритми прогнозування для підтримки менеджерів та керівників. В деяких випадках можуть повністю замінити процес прийняття рішень у певних сферах. Наприклад, банківська система оцінює фінансовий стан клієнта та автоматично приймає рішення про видачу кредиту.

5. Мережеві комп'ютерні системи дозволяє співробітникам працювати спільно та обмінюватися інформацією в реальному часі. Використовується в корпоративних офісах, навчальних закладах, лікарнях тощо. Наприклад, у компанії всі комп'ютери підключені до єдиної корпоративної мережі, що дозволяє швидко обмінюватися файлами та користуватися спільними ресурсами.

Отже, Інтернет-маркетинг як технологія формує нову сферу маркетингу підприємств і полягає у впровадженні традиційних та інноваційних інструментів і технологій у мережі Інтернет для визначення і задоволення потреб і запитів споживачів [1].

Враховуючи, що взаємодія з клієнтами часто відбувається в онлайн-середовищі через різноманітні канали розповсюдження та альтернативні методи просування, цифровий маркетинг стає ефективним інструментом для здобуття конкурентних переваг в інтернет-просторі. Крім того, прогресивні цифрові інновації поєднуються з традиційними засобами впливу на клієнта, такими як мобільні додатки, розсилка через месенджери, QR-коди на постерах, POS-термінали та інші [2].

До прикладу, компанія Bolt, яка сферою діяльності має пасажирські перевезення, оренду електросамокатів, доставку їжі, чимало уваги приділяє технологіям при наданні своїх послуг. Розглянемо технологію мобільного додатку Bolt + Геолокаційні та платіжні сервіси.

1. Замовлення послуги через мобільний додаток. Клієнт відкриває застосунок Bolt на смартфоні та обирає необхідну послугу: поїздка на таксі, оренда електросамоката, доставка їжі з ресторанів тощо.

2. Використання GPS та карти. Додаток визначає точне місцезнаходження клієнта за допомогою GPS і показує доступний транспорт поблизу або пропонує заклади для замовлення їжі. Геолокація також дозволяє відстежувати поїздку в реальному часі, знайти найближчий самокат, розрахувати час прибуття та вартість.

3. Автоматичний підбір водія або кур'єра з урахуванням рейтингу, відстані та інших факторів.

4. Оплата через застосунок. Оплата здійснюється автоматично через банківську картку або електронний гаманець, прив'язаний до облікового запису. Також є можливість сплатити готівкою в деяких регіонах.

5. Зворотний зв'язок і рейтинг. Після завершення поїздки або доставки клієнт може залишити відгук і поставити оцінку. Це впливає на рейтинг водія або кур'єра.

Завдяки використанню сучасних цифрових технологій (мобільний додаток, GPS, електронні платежі) Bolt значно підвищує ефективність надання послуг, забезпечує комфорт і безпеку для клієнтів та водіїв, а також оптимізує внутрішні бізнес-процеси.

Література

1. Вартанова О.В. Маркетингові інтернет-технології просування товарів і послуг. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 4 (21). С. 158-163.
2. Босовська М., Бовш Л., Охріменко А. Цифрова трансформація технологій маркетингу. *Scientia fructuosa*. 2022. № 4 (144). С. 52–71.