

Н.В. Проскурніна, канд. екон. наук, доц. (*ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків*)

ЗАГАЛЬНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЗВОРОТНОГО ЗВ'ЯЗКУ ЗІ СПОЖИВАЧЕМ

Формування ефективного зворотного зв'язку, або як зараз прийнято мовити «фідбеку», є однією з головних задач маркетингу. Адже саме зворотній зв'язок дає можливість визначити рівень задоволеності споживачів нашим продуктом/послугою.

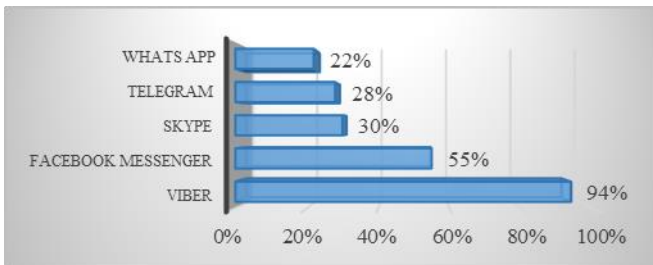
Методологію і методи створення і розвитку сучасних технологій миттєвого зв'язку зі споживачами, маркетингові аспекти використання месенджерів і чат-ботів у сфері торгівлі досліджують у своїх працях такі вчені, як Стефанова Н.А., Єгорова Е.С., Капезина Т.Т., Матвеева Н.Ю., Золотарюк А.В., Остапчук Ю., Мозгова Г.В., Петриченко П.А., Уффорд Л., Кокожка П., Флах П. Однак на даний час не повністю розкрито вплив різних месенджерів та можливості їхнього використання у маркетинговій діяльності вітчизняних операторів роздрібної торгівлі з метою миттєвого зворотного зв'язку зі споживачами.

Зараз існує велика кількість способів, методів та засобів встановлення зворотного зв'язку між споживачем та продавцем, Так, у значної частини населення світу встановлено один або два додатки для обміну повідомленнями. В 2016 році за популярністю і часом щоденного використання месенджери залишили позаду всі популярні соціальні мережі і стали найбільш ефективним засобом взаємодії з цільовою аудиторією [1]. Чат-боти можуть виконувати безліч дій для підвищення якості покупок - інтернет-магазини можуть надати своїм клієнтам добру підтримку, що веде до підвищення рівня продажів. Підтримка продажів за допомогою використання чат-ботів навіть отримала конкретний термін – комерційна торгівля – і окремий хештег #CopуComm. В даний час він вважається однією з передових технологій, які в найближчому майбутньому продовжать міняти сектор електронної комерції.

Надаючи користувачам інтуїтивно зрозумілий інтерфейс зв'язку, месенджери стають новим ефективним і прибутковим засобом обслуговування клієнтів. Це дуже просто, чат-бот не має графіку роботи і доступний протягом всього дня, в той час як обсяг інформації, який можна проаналізувати за допомогою сучасних алгоритмів, набагато більше, ніж доступний для людей.

Месенджери – це різні додатки для миттєвого обміну повідомленнями між користувачами. Спілкування через месенджери відрізняється від комунікацій за електронною поштою тим, що в них швидкість передачі повідомлень значно вище.

Найбільшою популярністю на вітчизняному ринку користуються програми Viber і Facebook Messenger, які налічують щомісячну активну аудиторію близько 30-50 мільйонів чоловік [2]. Також на ринку присутні месенджери Skype, WhatsApp, Telegram і інші (рисунок 1).



**побудовано за даними [2]*

Рисунок 1 – Охоплення користувачів за видами використовуваних месенджерів на місяць

Розглянемо більш детально характеристики основних месенджерів, що популярні в Україні з метою виділення переваг використання кожного з них у маркетинговій діяльності операторів роздрібної торгівлі.

Viber–месенджер, в якому доступний чат, дзвінки іншим користувачам, виклики на стаціонарні та мобільні номери. Чат дозволяє не тільки економити на sms, а й ділитись різним контентом на зразок фотографій, відео, аудіо, геотегів, використовувати різні стікери. До переваг Viber можна також віднести групові чати (не більше 20 учасників), паблік-чати, в яких беруть участь більше 128 мільйонів користувачів з усього світу [3].

Facebook Messenger дозволяє користувачам здійснювати дзвінки і обмінюватися повідомленнями. Для використання цього месенджеру потрібен обліковий запис у Facebook. Facebook Messenger не вимагає додаткової плати за виклики і повідомлення, користувач оплачує тільки інтернет-трафік.

Skype дозволяє через голосові виклики і відеозв'язок, а також текстові повідомлення підтримувати зв'язок з користувачами. Також даний месенджер дозволяє кільком людям передивлятися один і той же документ, редагувати його за допомогою функції демонстрування

робочого стола [4, с.39]. Відображення подається в режимі реального часу, що є корисним при проведенні порад, мозкових штурмів, презентацій.

Telegram – порівняно новий месенджер, який набирає популярність швидкими темпами завдяки функціоналу і рівню безпеки. Telegram використовує в якості ідентифікатора номер телефону, а його цільовою аудиторією є користувачі мобільних пристроїв. При бажанні в налаштуваннях можна активувати двоетапну аутентифікацію через поштову скриньку. Це може знадобитися в разі, якщо доступ до номера телефону отримають треті особи [5, с.62]. Месенджер підійде тим, хто віддає перевагу безпеки: від шифрування повідомлень до секретних чатів і повідомлень, що самознищуються. Крім безпеки, Telegram відрізняється розвинутою бот-інфраструктурою.

WhatsApp – додаток для дзвінків та обміну повідомленнями на смартфонах. Надає можливість відправляти та отримувати фотографії, відео, документи і голосові повідомлення, створювати групові чати, відправляти історії чатів по e-mail, розсилати повідомлення кільком контактам одночасно.

Інформаційні джерела:

1. What can be automated by chatbots in the retail industry and why? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dlg.im/en/blog/what-can-be-automated-by-chatbots-in-the-retail-industry-and-why>.
2. Топ-5 месенджерів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://minfin.com.ua/2018/04/14/33167842/>.
3. Стефанова Н. А. Месенджеры как цифровой бизнес-инструмент [Електронний ресурс] // Н.А. Стефанова, К.О. Шматок // КНЖ. – 2018. – №2(23). – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/messenzhery-kak-tsifrovoy-biznes-instrument>.
4. Остапчук, Ю. Роль електронної комунікації в інформаційному суспільстві/ Ю. Остапчук// Вісник Книжкової палати. – 2016. - №5. – С. 38- 40.
5. Петриченко П. А. Маркетингові інтернет-комунікації підприємств сфери послуг: клієнтоорієнтований підхід / П. А. Петриченко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 2(1). – С. 54-69.