

Цифровий маркетинг включає в себе великий вибір маркетингових тактик з просування товарів, послуг і брендів. Крім мобільних технологій, традиційних ТБ і радіо методи цифрового маркетингу використовують Інтернет в якості основного комунікаційного посередника.

Бібліографічний список:

1. Бутенко Н.В. Основи маркетингу. К.: ВПЦ «Київський університет», 2004, 256 с. URL: <http://www.books.efaculty.kiev.ua/mrk/3/>
2. Definition of digital marketing. Financial Times. URL: <http://lexicon.ft.com/Term?term=digital-marketing>
3. Павленко А.Ф. Маркетинг: підручник для студ. вищ. навч. закл. К.: КНЕУ, 2008, 600 с. URL: <https://studentbooks.com.ua/content/view/109/44/>
4. Пелешишин А.М. Процеси управління інтерактивними соціальними комунікаціями в умовах розвитку інформаційного суспільства: Монографія. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2012, 368 с.
5. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посібник. К.: Знання-Прес, 2003, 345 с. URL: <https://kmaecm.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/starostina-a.o.-kravchenko-v.a.-prygora-o.yu.-yarosh-dmytrenko-l.o.-2018-marketynng.pdf>

УДК: 339.1

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ

Дронова Т.С., кандидат економічних наук,
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0440-5614>

Дробот А., здобувачка вищої освіти,
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро, Україна

Rozetka.ua – український інтернет-магазин та маркетплейс, що з'явився 2005 року. Має відділення у Львові, Києві, Броварах, Житомирі та Одесі.

Розетка працює за схемою, подібною до франчайзингу. Компанія надає торгіві майданчики партнерам, які відповідають вимогам щодо якості та рівня роботи з клієнтами. У 2022 році сайт посідає 2 місце серед найвідвідуваніших в Україні. Щоденна відвідуваність «Розетки» – 2,5 млн. користувачів, сайт уже кілька років - у п'ятірці найпопулярніших в Україні. До покупки тут є 3,9 млн. товарів, а 81 % покупців повертаються. Штат налічує 4 тис. працівників.

Щомісячний платіж за перебування на майданчику та комісія від замовлень. Розмір щомісячного платежу – близько 100 грн. Комісія від замовлень становить від 5 до 20%, залежно від категорії товарів.

Щоб почати продавати, потрібно відкрити два рахунки в особистому кабінеті, з яких списуватиметься комісія з кожного замовлення та щомісячний платіж. Якщо вчасно не поповнювати рахунок, то не можна буде продавати товари. Після надходження замовлення комісія на рахунку продавця заморожується. Гроші знімаються після виконання замовлення. Якщо скасувати замовлення, то гроші повертаються на рахунок продавця. Скласти файл на всі вимоги Розетки досить складно. Оскільки категорії та характеристики товарів повинні відповідати категоріям та характеристикам, прийнятим на Розетці. Сформувати такий файл вручну для великої кількості товарів – практично нереально. І потрібна участь програмістів.

«Розетка» вже кілька років вкладає гроші у створення тонн контенту для потенційних та існуючих клієнтів. Інтернет-магазин використовує маркетингові інструменти для збуту продукції: публікує в середньому 1 відео щодня, створює контент для всіх етапів воронки продажів, публікує оригінальний контент, вкладає серйозні інвестиції в контент.

На вибір сучасному клієнту надається широкий асортимент товарів, тому його вимоги з кожним роком підвищуються. Клієнтам надається якісний сервіс, знижки, дисконтні картки та інші програми лояльності. Задоволення клієнтів та зосередження всіх ресурсів запорука якісного сервісу. Працівники, які забезпечують обслуговування, повинні дбати про потреби клієнта. Співробітники, які спілкуються телефоном з клієнтами, повинні пам'ятати про якісний сервіс спілкування: дбайливість, ввічливість, чесність, готовність допомогти, оперативність, доступність, доброзичливість, знання, професіоналізм.

В роботі електронного торговельного майданчика спостерігаються деякі недоліки: гроші за товар не повертають, прямий зв'язок із розеткою відсутній, коментарі на сайті не всі викладають, коректують. Відправляють повернені товари, до того ж іноді з дефектами, немає можливості з'ясувати на якій стадії відвантаження товар.

Отже, для ефективної роботи інтернет-магазину Розетка необхідно покращити роботу колл центру (створити відділ прийняття скарг та пропозицій); розробити додаток (розробити зручний інтерфейс, додати можливість відслідковувати на якій стадії відправки товар); звертати увагу на всі негативні коментарі та працювати над своїми недоліками; оновлення дизайну; підвищити швидкості завантаження.