

# ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ В ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИЦІ

## ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В РОЗШИРЕННІ СЕРВІСУ ТА ПІДТРИМКИ СПОЖИВАЧІВ

БІДА Д., 1 курс ФТМ ДТЕУ,  
спеціальність «Маркетинг», освітня програма «Цифровий маркетинг»

*Стаття присвячена дослідженню впливу цифрових технологій на розширення сервісу та підтримку споживачів. У статті було визначено об'єкт та предмет дослідження, встановлено основні проблеми та переваги використання цифрових технологій у сфері обслуговування споживачів. Висвітлено можливості використання цифрових технологій, зокрема, штучного інтелекту та інших розумних систем, для забезпечення безпеки споживачів, поліпшення якості обслуговування та збільшення задоволеності клієнтів.*

**Ключові слова:** цифрові технології, інформаційні технології, інтернет речей, штучний інтелект, електронна комерція.

*The article is dedicated to exploring the impact of digital technologies on expanding customer service and support. The article identified the object and subject of research, and established the main problems and advantages of using digital technologies in the field of customer service. The possibilities of using digital technologies, in particular, artificial intelligence and other smart systems, to ensure customer safety, improve service quality and increase customer satisfaction are highlighted.*

**Keywords:** digital technologies, information technologies, Internet of Things, artificial intelligence, e-commerce.

Актуальність обраної теми. Цифрові технології є необхідним інструментом для розвитку бізнесу та забезпечення конкурентоспроможності компаній в умовах сучасного ринку. Одним з основних напрямків застосування цифрових технологій є покращення якості обслуговування, забезпечувати зручність та швидкість отримання послуг та підвищувати рівень задоволення клієнтів. Отже, дослідження цієї теми є важливим для розвитку бізнесу та покращення взаємин зі споживачами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Останні дослідження та публікації вказують на те, що застосування цифрових технологій дозволяє компаніям покращувати якість обслуговування та забезпечувати більш ефективну підтримку споживачів. Зокрема, вивчення клієнтських потреб та поведінки, застосування інформаційних систем та технологій штучного інтелекту дозволяє компаніям персоналізувати сервіс та підтримку, покращувати комунікацію з клієнтами та забезпечувати швидкий та зручний доступ до необхідної інформації.

Мета статті. Метою даної статті є дослідження застосування цифрових технологій для розширення сервісу та підтримки споживачів та визначення ефективних методів застосування таких технологій для покращення взаємодії між компаніями та їх клієнтами.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є цифрові технології, що використовуються для поліпшення якості обслуговування споживачів. Ці технології включають в себе інтернет-сервіси, програмне забезпечення, соціальні мережі, електронну комерцію та інші інструменти, які використовуються для взаємодії зі споживачами та надання їм якісних послуг.

Предмет дослідження. Предметом дослідження є ефективні методи застосування цифрових технологій для покращення взаємодії між компаніями та їх клієнтами. Дослідження буде фокусуватися на огляді і аналізі різних прикладів успішного використання цих технологій, а також на оцінці ефективності їх застосування.

**Викладення основного матеріалу.** Цифрові технології змінюють сучасний світ та впливають на різні сфери діяльності, включаючи сферу обслуговування споживачів. Використання цифрових технологій дозволяє розширити сервісні можливості, забезпечити більш ефективне управління клієнтськими відносинами та покращити загальний досвід споживачів [1].

Однією з ключових технологій є e-commerce, яка надає можливість здійснювати комерційні операції в Інтернеті та сприяє створенню нових маркетингових підходів у управлінні клієнтськими відносинами. Інноваційні технології в обслуговуванні клієнтів дозволяють прискорити процеси та підвищити рівень задоволення споживачів від наданих послуг. Застосування технологій e-commerce дозволяє підприємствам надавати широкий спектр послуг та взаємодіяти з клієнтами ефективніше [2]. Також цифрові технології сприяють розробці мобільних додатків, що полегшують процес покупки та використання послуг.

Цифровий маркетинг включає застосування цифрових інструментів та платформ для просування товарів та послуг, що дозволяє компаніям підтримувати високий рівень обслуговування споживачів та відповідати їх потребам [4]. Розвиток цифрових технологій також сприяє впровадженню інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні підтримки та сервісу споживачів, що забезпечує швидке та оперативне реагування на запити клієнтів. Застосування цифрових технологій в маркетингових комунікаціях дає можливість підтримувати безперервний контакт з клієнтами, забезпечуючи індивідуальний підхід та персоналізовані пропозиції [7]. Інтернет-маркетинг та цифрові технології дозволяють компаніям аналізувати поведінку споживачів, прогнозувати їх потреби та формувати відповідні пропозиції, що підвищує ефективність управління споживчими відносинами [8].

Особливу увагу варто приділити розвитку клієнтської бази за допомогою цифрових технологій. Це дозволяє створювати детальні профілі споживачів, аналізувати їх вподобання та інтереси, а також використовувати отриману інформацію для підтримки та розвитку клієнтської бази [9]. Застосування цифрових технологій відкриває нові можливості для підприємств, сприяє формуванню конкурентних переваг та забезпечує покращення якості обслуговування клієнтів. Отже, компанії повинні активно інтегрувати цифрові технології у свою діяльність, щоб забезпечити високий рівень задоволення споживачів та зміцнити своє положення на ринку.

Цифрові технології допомагають компаніям забезпечити персоналізований підхід до обслуговування клієнтів, що в свою чергу сприяє підвищенню їх лояльності та задоволеності [1]. Наприклад, використання аналітики великих даних дозволяє краще розуміти поведінку споживачів та адаптувати пропозиції відповідно до їх потреб.

До переваг використання цифрових технологій можна віднести:

– Збільшення ефективності та швидкості обробки даних. Використання інструментів аналізу даних дозволяє проводити великий обсяг досліджень за короткий час і з високою точністю. Це дозволяє компаніям збирати інформацію про поведінку своїх клієнтів, що забезпечує можливість розробляти персоналізовані пропозиції та індивідуальний підхід до кожного споживача.

– Зниження витрат на обслуговування клієнтів. Використання цифрових каналів зв'язку та інструментів дозволяє компаніям автоматизувати багато процесів, що раніше вимагали присутності живої людини. Наприклад, автоматизовані системи підтримки клієнтів можуть надавати відповіді на запитання та розв'язувати проблеми без прямого втручання оператора, що дозволяє компаніям знижувати витрати на оплату праці.

– Підвищення якості обслуговування та задоволеності клієнтів. Персоналізовані пропозиції та індивідуальний підхід до кожного споживача дозволяє компаніям збільшувати

рівень задоволеності клієнтів та залучати нових. Завдяки цифровим технологіям клієнти можуть швидко та зручно отримувати інформацію про товари та послуги, робити покупки онлайн та вести електронний облік своїх операцій [4].

Окремо слід відзначити значення інформаційно-комунікаційних технологій, вони допомагають підприємствам відстежувати та аналізувати звернення клієнтів, що сприяє виявленню та усуненню проблем, а також вдосконаленню сервісу [6]. Соціальні мережі та інші платформи цифрових маркетингових комунікацій також відіграють важливу роль у житті споживачів. Завдяки цифровим каналам комунікації, компанії можуть швидко реагувати на запити клієнтів, отримувати відгуки та ділитися інформацією про нові продукти або послуги.

Цифрові технології також сприяють впровадженню різних форм онлайн-підтримки, таких як чат-боти, що значно полегшують вирішення питань споживачів в режимі реального часу. Це дає змогу компаніям підвищити ефективність обслуговування та скоротити час очікування клієнтів.

Використання цифрових технологій дозволяє підприємствам створювати нові моделі бізнесу та стратегії розвитку. Компанії можуть пропонувати додаткові послуги, такі як відео-консультації, віртуальні екскурсії або онлайн-тренінги, для покращення досвіду клієнтів. Також ці технології дозволяють впровадження розширеної реальності та віртуальної реальності для створення інтерактивних досвідів, які забезпечують додаткову цінність споживачам. Наприклад, компанія ІКЕА запустила додаток ІКЕА Place, який дозволяє користувачам розміщувати віртуальні моделі меблів у своїх кімнатах, щоб зробити більш обґрунтований вибір під час покупки.

Всі ці тенденції свідчать про те, що цифрові технології дозволяють підприємствам підвищити якість обслуговування, розширити спектр послуг та забезпечити гнучкість у відповіді на змінні потреби споживачів. Відповідно, активне впровадження цифрових технологій є ключовим фактором успіху сучасних підприємств та забезпечення конкурентних переваг на ринку.

Цифрові технології надають можливість використовувати штучний інтелект та машинне навчання для автоматизації процесів, аналізу даних та підвищення якості обслуговування клієнтів. Штучний інтелект забезпечує рішення, що дозволяють розробляти персоналізовані стратегії підтримки та сервісу споживачів на основі індивідуальних потреб та поведінки клієнтів. Прогнозування потреб споживачів є одним з напрямків застосування штучного інтелекту. Використовуючи штучний інтелект та аналіз великих даних, компанії можуть аналізувати поведінку клієнтів, їхні відгуки та попередній досвід користування послугами, щоб передбачити потреби та пропонувати вчасну підтримку та сервіс [6]. Крім того, штучний інтелект може бути використаний для розробки інтелектуальних рекомендаційних систем, які допомагають клієнтам знайти найбільш відповідні товари та послуги, враховуючи їхні особисті потреби та переваги. Це підвищує задоволеність споживачів та забезпечує довготривалі відносини між підприємствами та їхніми клієнтами [3].

Використання штучного інтелекту також сприяє оптимізації процесів обслуговування клієнтів. Наприклад, штучний інтелект може допомогти автоматизувати вирішення типових проблем, що зустрічаються в роботі служби підтримки, і таким чином забезпечити швидке реагування на запити клієнтів та вирішення їх проблем. Чат-боти та віртуальні асистенти, створені на основі штучного інтелекту, можуть відповідати на запитання, давати рекомендації та надавати підтримку клієнтам у режимі 24/7, забезпечуючи неперервний сервіс та підтримку споживачів [7]. Штучний інтелект також може сприяти вдосконаленню внутрішніх процесів підприємства, надаючи можливість менеджерам відстежувати продуктивність працівників та використовувати зібрані дані для підвищення ефективності роботи та розвитку навичок працівників [9].

Крім цього, штучний інтелект дозволяє проводити аналіз настроїв споживачів, вивчаючи їхні відгуки та коментарі в соціальних медіа, що дає підприємствам можливість краще розуміти потреби клієнтів та вчасно реагувати на негативні ситуації або проблеми, які

виникають. Застосування штучного інтелекту дозволяє створити персоналізований, ефективний та інноваційний підхід до обслуговування клієнтів. Це підвищує задоволеність споживачів, сприяє збереженню лояльності клієнтів та забезпечує сталий розвиток підприємства в умовах сучасного ринку [2].

У цілому, цифрові технології, зокрема штучний інтелект та машинне навчання, відкривають нові можливості для підприємств у розширенні сервісу та підтримки споживачів, покращуючи якість обслуговування та створюючи довготривалі відносини з клієнтами.

Іншим аспектом, який ще не був розглянутий, є використання цифрових технологій для розробки омніканальних стратегій, які сприяють наданню послуг через різні точки контакту з клієнтами, включаючи онлайн-платформи, мобільні додатки та фізичні точки продажу. Омніканальність дозволяє клієнтам отримувати інформацію від підприємства незалежно від того, яким каналом вони воліють користуватися, забезпечуючи зручність та доступність обслуговування [5]. Цифрові технології також допомагають компаніям впроваджувати програми лояльності, які спрямовані на підтримку та залучення клієнтів. За допомогою штучного інтелекту та аналізу даних, підприємства можуть розробляти ефективні та персоналізовані програми лояльності, які враховують інтереси та переваги клієнтів, стимулюючи їх до довготривалого співробітництва з компанією.

Ще одним важливим напрямком застосування цифрових технологій в розширенні сервісу є покращення взаємодії між різними відділами компанії. Інтеграція систем управління клієнтськими відносинами (CRM) та інших внутрішніх інструментів дозволяє підприємствам координувати свої зусилля, забезпечуючи ефективну комунікацію, а також реагування на запити та потреби клієнтів [4]. Це допомагає підприємствам надавати якісний сервіс на всіх рівнях організації, що сприяє підвищенню задоволеності клієнтів та зміцненню бізнесу. Цифрові технології також можуть сприяти створенню ефективних каналів зворотного зв'язку з клієнтами. Збір, аналіз та врахування відгуків клієнтів дають можливість компаніям постійно вдосконалювати свій сервіс та підтримку, адаптуючи їх до змінюваних потреб та очікувань споживачів.

Зважаючи на різноманітність можливостей, які надають цифрові технології, важливо звернути увагу на те, які з них найбільш ефективні обслуговування споживачів:

- Краудсорсинг – залучення користувачів до створення контенту і розвитку продукту за допомогою спеціальних платформ і інструментів. Це дозволяє компаніям створювати продукти, які точно відповідають потребам споживачів.

- Машинне навчання – використання алгоритмів машинного навчання для аналізу поведінки користувачів та прогнозування їхніх потреб. За допомогою цієї технології можна підібрати індивідуальний підхід до кожного клієнта та забезпечити йому персоналізований сервіс.

- Інтернет речей – використання датчиків для збору даних про продукт та його використання, а також про поведінку споживачів. Це дозволяє компаніям створювати продукти, які відповідають потребам споживачів та забезпечують їм більш комфортне використання.

- Аналітика даних – використання методів аналізу даних для виявлення тенденцій та патернів у поведінці споживачів. Це дозволяє компаніям зрозуміти, які продукти та послуги найбільш важливі для своїх клієнтів та розробити ефективні стратегії продажу.

- Віртуальна реальність – використання технологій віртуальної реальності для представлення більш повного розуміння товару для споживача [2].

У світлі зростання конкуренції на ринку, компанії повинні постійно шукати нові способи для покращення своїх послуг та підтримки клієнтів. Використання цифрових технологій та штучного інтелекту дає підприємствам можливість розвивати інноваційні стратегії та рішення, які спрямовані на забезпечення відмінного досвіду клієнтів на всіх етапах взаємодії з бізнесом. Незалежно від галузі та розміру компанії, інтеграція цифрових технологій та штучного інтелекту в стратегії підвищення якості обслуговування споживачів

може стати ключем до успішного розвитку бізнесу, підвищення конкурентоспроможності та забезпечення задоволення та лояльності клієнтів на довготривалій основі.

Окрім вищезазначених аспектів, цифрові технології та штучний інтелект можуть також значно сприяти вдосконаленню внутрішньої організації компанії і забезпечити більш ефективно управління персоналом, який займається підтримкою клієнтів. Наприклад, за допомогою інтелектуальних систем аналізу даних компанії можуть визначити, які відділи, працівники або процеси потребують поліпшення, а також розробити стратегії їх оптимізації. Також інтеграція цифрових технологій та штучного інтелекту може поліпшити процес навчання та розвитку співробітників, що займаються обслуговуванням клієнтів [5]. Завдяки онлайн-курсам, віртуальним тренінгам та інтерактивним симуляторам, співробітники зможуть швидше набути необхідні навички та знання, що сприятиме покращенню якості надання послуг споживачу.

Цифрові технології можуть сприяти і більш прозорому відслідковуванню роботи співробітників, що відповідають за обслуговування клієнтів. Завдяки автоматизованим системам моніторингу та аналізу продуктивності, керівництво компанії зможе своєчасно виявляти та реагувати на проблеми, пов'язані з обслуговуванням споживачів, а також стимулювати працівників до покращення результатів роботи [1].

Усі ці переваги використання цифрових технологій в розширенні сервісу та підтримки споживачів не можна недооцінювати. Водночас, варто зазначити, що необхідно бути уважними та дотримуватися принципу «людина перша». Навіть застосовуючи цифрові технології, компанії повинні пам'ятати, що вони мають справу з живими людьми з їхніми потребами та бажаннями, а не з числами та статистикою [2].

В цілому, інтеграція цифрових технологій та штучного інтелекту може принести значні переваги для підприємств, що діють у різних галузях. Впровадження таких інновацій може сприяти покращенню якості сервісу, забезпеченню ефективності процесів, залученню та утриманню клієнтів, а також розвитку компетенцій співробітників.

Звички споживачів швидко змінюються, тому компаніям, які зосереджуються на вдосконаленні цифрових процесів у сфері обслуговування клієнтів, доводиться вносити значні зміни у свої бізнес-моделі. Водночас, реалізація цифрових проектів у цій галузі може забезпечити компаніям більшу ефективність та конкурентну перевагу. Одним із напрямків удосконалення цифрових процесів є впровадження технологій штучного інтелекту та машинного навчання для підвищення якості обслуговування та автоматизації рутинних процесів [5]. Проте, для успішної реалізації цифрових проектів важливо не тільки володіти технічними знаннями, але й розуміти потреби та очікування своїх клієнтів.

**Висновки.** У світі цифрових технологій підтримка споживачів стає все важливішою для бізнесу. Цифрові технології надають компаніям можливість ефективно взаємодіяти з клієнтами та забезпечувати їм високу якість обслуговування. Активне використання цифрових інструментів може допомогти підприємствам впроваджувати нові сервіси, збільшувати лояльність клієнтів та підвищувати прибутковість. Однак, для успішної реалізації цифрових проектів важливо дотримуватись кількох ключових принципів.

Для досягнення успіху в цифровій сфері, необхідно звернути увагу на питання навчання та підтримки персоналу. За допомогою регулярних тренінгів та навчань, команда зможе отримати нові знання та навички, які допоможуть реалізувати проекти більш ефективно. Також необхідно підтримувати комунікацію зі споживачами та активно вивчати їхній досвід використання продукту, щоб постійно вдосконалювати його та відповідати потребам ринку.

Отже, використання цифрових технологій у розширенні сервісу та підтримки споживачів є надзвичайно важливим для успіху сучасних компаній. Це дає змогу не тільки залучати нових клієнтів, а й зберігати вже існуючих та підвищувати рівень їх задоволеності від співпраці з компанією.

## Список використаних джерел

1. Бондаренко О.В. Цифрові технології в управлінні клієнтськими відносинами: монографія / О.В. Бондаренко, С.М. Шевчук. – Київ : КНЕУ, 2018. – 280 с.
2. Гавриш Н.І., Гавриш В.І. Технології e-commerce та сучасні маркетингові підходи в управлінні клієнтськими відносинами / Н.І. Гавриш, В.І. Гавриш. – Чернівці: Рута, 2019. – 320 с.
3. Деркач Г.П. Інноваційні технології в обслуговуванні клієнтів на ринку послуг / Г.П. Деркач, О.А. Сівець. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. – 255 с.
4. Кальченко В.О. Цифровий маркетинг та обслуговування споживачів: підручник / В.О. Кальченко, О.В. Ковальова. – Харків : ХНЕУ, 2020. – 350 с.
5. Лук'янова В.І. Розвиток цифрових технологій в контексті маркетингу: монографія / В.І. Лук'янова, І.В. Шевцова. – Одеса : ОНУ, 2016. – 205 с.
6. Олійник І.П., Гончарук В.А. Інформаційно-комунікаційні технології в управлінні підтримки та сервісу споживачів / І.П. Олійник, В.А. Гончарук. – Харків: ХНУ, 2018. – 270 с.
7. Сидоренко Ю.С., Шпак О.В. Цифрові технології в маркетингових комунікаціях та обслуговуванні клієнтів / Ю.С. Сидоренко, О.В. Шпак. – Львів : Афіша, 2019. – 330 с.
8. Ткаченко Т.М., Савченко В.В. Інтернет-маркетинг та цифрові технології в управлінні споживчими відносинами / Т.М. Ткаченко, В.В. Савченко. – Київ : Видавництво «Київський університет», 2021. – 400 с.
9. Черній А.В., Петрова О.Ю. Цифрові технології у підтримці та розвитку клієнтської бази: монографія / А.В. Черній, О.Ю. Петрова. – Дніпро : Національний металургійний академічний комплекс, 2020. – 320 с.

Робота виконана під науковим керівництвом канд. філос. наук, викладача  
САМЧУКА Володимира

## ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

**БОБРОВИК Д., 1 курс ФТМ ДТЕУ,  
спеціальність «Маркетинг», освітня програма «Цифровий маркетинг»**

*У статті розглянуто особливості застосування цифрових комунікацій у розвитку компанії туристичного бізнесу як інструмента ефективного досягнення комунікативних цілей. Обґрунтовано необхідність та переваги залучення інноваційних цифрових комунікацій для розвитку туристичного бізнесу. Наведено пропозиції щодо подальшої взаємодії та розвитку діджитал-технологій у туристичному бізнесі.*

**Ключові слова:** туризм, цифрові комунікації, цифровізація, маркетинг, інновації, розвиток.

*The article examines aspects of the use of digital communications in the development of tourism business companies as a tool for effectively achieving communicative goals. The necessity and advantages of involving innovative digital communications for the development of tourism business are justified. Proposals for further interaction and development of digital technologies in the tourism business are given.*

**Keywords:** tourism, digital communications, digitalization, marketing, innovation, development.

В умовах стрімкого розвитку діджиталізації складно уявити формулу успіху маркетингу на сучасному підприємстві без діджитал-технологій. Сьогодні поєднання