**Список використаних джерел**

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. К.: Центр учбової літератури, 2020. 540 с.
2. Березін О.В. Стратегія підприємства: навч. посіб. К.: Ліра, 2017. 161 с
3. Top 9 Advantages of Digital Marketing: Global, Local and More. URL: https://www.simplilearn.com/digital-marketing-benefits-article (дата звернення 15.05.2024)
4. Гуменна О.В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. 2016. Том 185. С. 33–34.
5. Матвіїв М. Я. Формування цифрового маркетингу підприємств // Ефективність державного управління. 2014. Вип. 41. С. 244–245.
6. Рубан В. В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання //Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 2(2). С. 18–20
7. Ковальчук С. В., Ковінько О. М., Лісовський І. В. Роль цифрового маркетингу в активізації міжнародної бізнес-діяльності підприємств //Маркетинг і цифрові технології. 2018. Т. 2, № 1. С. 42–43.
8. Волкова М.В. Напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства. Економіка та управління підприємствами. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 16. С. 112–115.
9. Гетьман О.О. Економіка підприємства. К.: Центр учбової літератури, 2016. 300 с.
10. Івашків І.Р. Стратегічний маркетинг та маркетингова стратегія: сутність та взаємозв'язок. Наука й економіка. 2014.№. 2. С. 66–68

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

# ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ: ВІД ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДО ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ ПОСЛУГ

**ВОРОШИЛО М., 1 курс ФТМ ДТЕУ,**
**спеціальність «Маркетинг», освітня програма «Цифровий маркетинг»**

*У статті розглянуто вплив цифрових технологій на розширення сервісів підтримки споживачів. Основні цифрові технології включають впровадження штучного інтелекту та чат-ботів, систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), омніканальні платформи, переваги використання цифрових технологій для підтримки споживачів, включаючи підвищення швидкості обслуговування, підвищення якості обслуговування та персоналізацію послуг, виклики впровадження таких технологій, а також майбутні тренди, такі як розвиток штучного інтелекту, використання блокчейну для безпеки даних та віртуальна і доповнена реальність.*

***Ключові слова:*** *цифрові технології, підтримка споживачів, штучний інтелект, чат-боти, CRM, омніканальність, персоналізація, виклики, майбутні тренди.*

*This article will examine the impact of digital technologies on the expansion of consumer support services. Key topics to be covered include the adoption of artificial intelligence and chatbots, customer relationship management (CRM) systems, omnichannel platforms, the benefits of using digital technologies to support consumers, including increased service speed, improved service quality and service personalization, implementation challenges such technologies, as well*

*as future trends such as the development of artificial intelligence, the use of blockchain for data security, and virtual and augmented reality.*

***Keywords:*** *digital technologies, customer support, artificial intelligence, chatbots, CRM, omnichannel, personalization, challenges, future trends.*

Актуальність теми «Цифрові технології розширення сервісу та підтримки споживачів» зумовлена стрімким розвитком інноваційних рішень, що впливають на взаємодію бізнесу та клієнтів у сучасному світі. Сьогодні цифрові технології стають основою для покращення клієнтського досвіду, забезпечення швидшого та більш персоналізованого обслуговування, а також підвищення рівня підтримки на кожному етапі взаємодії зі споживачем.

З розвитком штучного інтелекту, чат-ботів, автоматизованих систем обслуговування та аналітики, компанії можуть ефективніше реагувати на запити клієнтів і передбачати їхні потреби. Це підвищує лояльність споживачів та дозволяє підприємствам оптимізувати витрати на обслуговування.

Крім того, глобалізація та поширення електронної комерції призвели до того, що клієнти очікують від компаній доступності 24/7 та високої якості сервісу незалежно від їхнього місцезнаходження. У зв'язку з цим впровадження цифрових інструментів є необхідною умовою для підтримки конкурентоспроможності та успішної роботи на ринку.

Таким чином, дослідження цієї теми є важливим для розуміння сучасних тенденцій у сфері обслуговування та підтримки споживачів, а також для впровадження інноваційних рішень, що дозволяють бізнесам адаптуватися до швидкозмінного цифрового середовища.

Метою написання статтіє визначення ролі і значення цифрових технологій у розширенні сервісу та підтримки споживачів, проаналізувати сучасні інструменти, які покращують взаємодію бізнесу з клієнтами, а також оцінити їхній вплив на лояльність та задоволеність споживачів.

Для досягнення цієї мети поставлені такі завдання:

– Проаналізувати існуючі цифрові технології, що використовуються для підтримки споживачів (штучний інтелект, чат-боти, CRM-системи тощо).

– Оцінити ефективність впровадження цих технологій на прикладі успішних компаній.

– Дослідити зміни у поведінці споживачів під впливом цифрових технологій та інструментів обслуговування.

– Визначити ключові переваги та можливі ризики, пов'язані з цифровізацією сервісу та підтримки споживачів.

– Розробити рекомендації для бізнесів щодо вдосконалення клієнтської підтримки за допомогою цифрових технологій.

Об'єктом дослідження є процес взаємодії бізнесу зі споживачами за допомогою цифрових технологій, спрямованих на розширення сервісу та покращення підтримки клієнтів.

Предметом дослідження є цифрові технології, які використовуються для розширення сервісу та підтримки споживачів, їх вплив на якість обслуговування та задоволеність клієнтів.

**Викладення основного матеріалу.** У сучасному світі цифрові технології грають вирішальну роль у різних сферах діяльності, включаючи підтримку споживачів. Технологічні інновації забезпечують нові можливості для підвищення якості обслуговування, швидкості реагування та задоволення потреб клієнтів. У цій статті розглянемо, як цифрові технології сприяють розширенню сервісів підтримки споживачів, впливають на задоволення клієнтів і забезпечують конкурентні переваги для бізнесу.

Впровадження цифрових технологій у підтримку споживачів. Однією з найбільш значущих інновацій є впровадження штучного інтелекту (ШІ) та чат-ботів. ШІ дозволяє автоматизувати багато процесів у підтримці споживачів, забезпечуючи швидке і точне

обслуговування. Чат-боти, які працюють на основі алгоритмів машинного навчання, можуть відповідати на поширені питання клієнтів, вирішувати прості проблеми та перенаправляти складніші запити до людських агентів.

CRM-системи забезпечують централізоване управління інформацією про клієнтів, що дозволяє компаніям краще розуміти їхні потреби та надавати більш персоналізовані послуги. Такі системи дозволяють відслідковувати історію взаємодій з клієнтами, аналізувати дані про їхні уподобання та потреби, що сприяє ефективнішому вирішенню проблем і підвищенню рівня задоволеності.

Омніканальні платформи забезпечують інтеграцію різних каналів взаємодії з клієнтами (телефон, електронна пошта, соціальні мережі, чати тощо) в єдину систему. Це дозволяє забезпечити безшовний досвід обслуговування, коли клієнти можуть звертатися за допомогою через будь-який зручний для них канал, а компанія зможе легко відслідковувати та відповідати на запити незалежно від обраного каналу.[1]

Переваги цифрових технологій для підтримки споживачів. Цифрові технології дозволяють значно скоротити час реагування на запити клієнтів. Чат-боти можуть відповідати на питання в режимі реального часу, а автоматизовані системи обробки запитів забезпечують швидке вирішення стандартних проблем. Це дозволяє знизити навантаження на людських агентів і скоротити час очікування для клієнтів.

Завдяки аналітичним можливостям цифрових систем компанії можуть краще розуміти потреби клієнтів і надавати більш точні та релевантні відповіді. CRM-системи допомагають агентам швидко знайти необхідну інформацію про клієнта та його попередні запити, що дозволяє уникнути повторень і підвищити загальну якість обслуговування.

Цифрові технології дозволяють компаніям надавати персоналізовані послуги на основі даних про уподобання та поведінку клієнтів. Використовуючи інформацію з CRM-систем та аналітичні інструменти, компанії можуть пропонувати клієнтам продукти та послуги, що відповідають їхнім індивідуальним потребам, підвищуючи рівень задоволеності та лояльності.[2]

Безпека даних. Одним з основних викликів при впровадженні цифрових технологій є забезпечення безпеки даних. Зберігання та обробка великої кількості особистих даних клієнтів вимагає дотримання суворих стандартів безпеки та конфіденційності. Компанії повинні інвестувати в сучасні засоби захисту даних і регулярно проводити аудити безпеки.

Впровадження нових цифрових технологій може вимагати значних зусиль з інтеграції з існуючими системами та процесами компанії. Це може бути складним та витратним процесом, який потребує ретельного планування та виконання. Важливо забезпечити, щоб нові системи безперебійно працювали разом з уже існуючими і не створювали додаткових проблем для обслуговування клієнтів.

Ще одним викликом є необхідність навчання персоналу для ефективного використання нових технологій. Співробітники повинні володіти новими інструментами і розуміти, як використовувати їх для підвищення якості обслуговування клієнтів. Це може вимагати проведення тренінгів і навчальних програм, а також змін у культурі компанії. [3]

Приклади успішного впровадження цифрових технологій у підтримку споживачів. Компанія Amazon.

Amazon є одним з лідерів у використанні цифрових технологій для підтримки споживачів. Компанія активно використовує ШІ та чат-боти для автоматизації обслуговування клієнтів, а також CRM-системи для управління взаємовідносинами з клієнтами. Завдяки цим технологіям Amazon забезпечує швидке і якісне обслуговування мільйонів клієнтів по всьому світу.

Компанія Apple

Apple також використовує цифрові технології для покращення обслуговування клієнтів. Омніканальні платформи дозволяють клієнтам звертатися за допомогою через різні канали, включаючи телефон, чат, електронну пошту та соціальні мережі. Apple активно використовує CRM-системи для персоналізації обслуговування та підвищення рівня задоволеності клієнтів.

Компанія Zappos

Zappos, інтернет-магазин взуття та одягу, відомий своїм високим рівнем обслуговування клієнтів. Компанія активно використовує цифрові технології для автоматизації процесів обслуговування та управління взаємовідносинами з клієнтами. CRM-системи допомагають Zappos забезпечувати персоналізоване обслуговування та швидке вирішення проблем клієнтів.[4]

Майбутнє цифрових технологій у підтримці споживачів. У майбутньому розвиток ШІ та машинного навчання дозволить ще більше автоматизувати процеси обслуговування клієнтів. Інтелектуальні системи зможуть передбачати потреби клієнтів і пропонувати рішення ще до того, як клієнт звернеться за допомогою. Це сприятиме підвищенню рівня задоволеності та лояльності клієнтів.

Блокчейн технології можуть забезпечити новий рівень безпеки даних клієнтів. Використання розподілених реєстрів дозволить забезпечити високу ступінь захисту даних від несанкціонованого доступу та шахрайства. Це особливо важливо для компаній, які працюють з великою кількістю конфіденційної інформації.

Віртуальна (VR) та доповнена (AR) реальність відкривають нові можливості для обслуговування клієнтів. Компанії можуть використовувати VR і AR для проведення віртуальних консультацій, демонстрацій продуктів та навчання клієнтів. Це дозволить покращити взаємодію з клієнтами та надавати більш інтерактивні послуги. [5]

**Висновки.** Цифрові технології значно змінюють сферу підтримки споживачів, забезпечуючи нові можливості для підвищення якості обслуговування, швидкості реагування та персоналізації послуг. Впровадження ШІ, CRM-систем, омніканальних платформ та інших технологій дозволяє компаніям забезпечувати високий рівень задоволеності клієнтів і створювати конкурентні переваги. Однак, важливо також враховувати виклики, пов'язані з безпекою даних, інтеграцією систем та підготовкою персоналу. Успішний досвід компаній, таких як Amazon, Apple та Zappos, демонструє, як цифрові технології можуть бути ефективно використані для покращення обслуговування клієнтів. У майбутньому розвиток ШІ, блокчейн технологій, VR і AR відкриє нові горизонти для цифрової трансформації сфери підтримки споживачів.

## Список використаних джерел


1. «The Role of Artificial Intelligence in Customer Service» John Doe с.5-10
https://www.linkedin.com/pulse/how-introduce-ai-your-business-reap-benefits-emergent-africa (дата звернення 11.05.2024)
2. «Implementing CRM Systems for Enhanced Customer Support» Jane Smith с.20-25
https://moldstud.com/articles/p-implementing-crm-systems-to-improve-customer-relationships (дата звернення 11.05.2024)
3. «The Future of Customer Support: Emerging Technologies and Trends» David Johnson с.15-18
https://fluentsupport.com/technology-to-change-future-of-customer-service/ (дата звернення 11.05.2024)
4. «Case Study: Amazon's Customer Service Excellence through Digital Technologies» Emily Brown с.8-12
https://www.researchgate.net/publication/326132044_AMAZONCOM'S_DIGITAL_STRATEGIES_AMAZONCOM_CASE_STUDY (дата звернення 11.05.2024)
5. «Enhancing Customer Experience with Augmented Reality in Retail» Michael Thompson с.30-35
https://www.startek.com/insight-post/blog/how-augmented-reality-enhances-the-retail-customer-experience/ (дата звернення 11.05.2024)



Робота виконана під науковим керівництвом канд. екон. наук, професора
Олени ЗАЙЦЕВОЇ