**Бабух І.Б.**

кандидат економічних наук, доцент,

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8274-5716>

**Венгер Є.І.**

кандидат економічних наук, асистент,

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0350-1284>

**Цифрові технології в аналізі маркетингових комунікацій підприємств сфери ритейлу**

У сучасному світі активно використовуються цифрові технології для комунікації, що змінює підхід до маркетингових стратегій у роздрібній торгівлі. Маркетингова наука та практика переконані у вигодах використання цих технологій у маркетингових комунікаціях. Сучасні гаджети дозволяють значній частині населення використовувати месенджери як ефективний інструмент для спілкування з цільовою аудиторією. Застосування технологій штучного інтелекту дозволяє аналізувати дані про клієнтів і надавати їм індивідуальні умови та персоналізовані пропозиції, що стає ключовим елементом успішної маркетингової комунікації в роздрібній торгівлі.

Ці інновації допомагають підприємствам підтримувати ефективний контакт з клієнтами та задовольняти їхні потреби. Месенджери стають новим ефективним і прибутковим інструментом для вивчення клієнтів з метою майбутнього обслуговування. Цифровий зв'язок зі споживачами постійно трансформується, що веде до зростання обсягів продажів у онлайн-магазинах і змінює підходи до процесу покупок. Ці зміни вимагають проведення маркетингового аналізу ринків і споживачів за їхніми сегментами та групами.

Сьогодні у світі широко застосовують цифрові технології месенджерів і чат-ботів для виявлення найбільш ефективних каналів маркетингової комунікації підприємств роздрібної торгівлі зі споживачами. У рамках маркетингового аналізу, як правило, виокремлюють переваги та недоліки використання месенджерів. Серед переваг виокремлюють персоналізацію, різноманітність контенту, ціни, можливості створення певних груп споживачів тощо [1]. Якщо брати вітчизняний ринок, то прикладом найбільш популярних програм виступають програми Viber, WhatsApp, Facebook Messenger, Weixin/WeChat яких налічують щомісячну активну аудиторію в межах 50-55 млн. людей. Також на ринку присутні інші месенджери на зразок Telegram, Skype, Instagram.

**Рис. 1. Найпопулярніші в Україні мобільні месенджери за кількістю щомісячних активних користувачів,** *%* [2]

Підприємства сфери ритейлу також забезпечують якісне клієнтське обслуговування через впровадження чат-ботів у популярні месенджери. Чат-боти (віртуальні співрозмовники) використовують в діалогових системах задля обслуговування клієнтів або збору інформації. Часто вони використовують складні системи обробки запитів, хоча існує багато простих систем, які базуються на скануванні ключових слів. Їх популярність базується на тому, що вони досить просто розробляються, не вимагають установки, дозволяють здійснювати різні дії.

Доцільність використання чат-ботів у бізнесі та в процесі маркетингових комунікацій визначається тим, що вони є відмінною службою підтримки, адже працюють цілодобово, навчаються і стають все розумнішими. Крім того, чат-боти можуть виконувати кілька операцій водночас, також приносять величезну користь бізнесу завдяки тому, що користувачі можуть спілкуватися безпосередньо з компанією, що підвищує їх лояльність до бренду. За допомогою чат-ботів можна також робити масові розсилки про нові продукти, знижки, акції тощо.

У сучасних умовах чат-боти стають конкурентною перевагою, оскільки сприяють зміцненню взаємодії зі споживачами у сфері обслуговування клієнтів та маркетингу. Використання чат-ботів дозволяє економити обмежені ресурси, адже їх розробка та застосування допомагають звільнити співробітників, які раніше виконували рутинну роботу операторів у роздрібній торгівлі. Крім того, чат-боти допомагають уникнути помилок при аналізі даних та швидко обробляти великі обсяги інформації.

Маркетинговий аналіз підтверджує, що за допомогою чат-ботів можна повертати клієнта в магазин, тобто він дає можливість ремаркетингу. По суті використання боту надає можливість створення бази потенційних споживачів, які підписалися на бот та переглянули певний товар, навіть якщо їхній перший візит не призвів до покупки. Ці клієнти залишаються підписниками і можуть бути повернуті в будь-який момент за допомогою спеціальних пропозицій або інформації, яка спонукає їх до здійснення покупки.

Сучасний роздрібний бізнес зобов’язаний для власної ефективності створювати свої чат-боти або використовувати послуги компаній, які пропонують бот-технології. Зрозуміло, що при реалізації технології чат-ботів бажано дотримуватися певних правил і найуспішніші приклади використання чат-ботів у сфері ритейлу якраз і свідчать про необхідність дотримання цих правил, які узагальнено зводяться до вимог індивідуального маркетингу. Месенджери і чат-боти виступають як надзвичайно ефективні технології маркетингових комунікацій зі споживачами, які повсюдно є власниками і користувачами гаджетів [3].

Таким чином, представники роздрібної торгівлі отримують можливість спілкуватися через соціальні канали з потенційною аудиторією один на один, що саме і реалізує переваги індивідуального маркетингу або маркетингу взаємовідносин тому що саме тут відбувається персоналізація клієнта, створення унікального контенту саме для нього, а отже, і найбільш ефективний спосіб стимулювання окремого клієнта для купівлі окремого товару. Крім того, це допоможе реалізувати значну роль для брендів автоматизації комунікаційної роботи зі споживачами та онлайн присутність у глобальній мережі Інтернет в режимі 24/7.

**Література**

1. Мозгова Г. В. Інструменти Інтернет-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств. *Ефективна економіка.* 2013. No 10. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/-?op=1&z=2429.
2. Топ-10 найпопулярніших месенджерів в світі. URL : <https://vlada-rykova.-com/ua/top-mes-sendzherov/#Signal>.
3. Ufford Lauren. Chatbots for Retail : What Are They and How Retailers Can Use Them to Spark Sales. URL : https://www.shopify.com/retail/chatbots-for-retail-what-are-they-and-how-retai-lers-can-use-them-to-spark-sales.