

УДК 339.138

Гарасим Людмила

Narasym Liudmyla

Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі

**ПАНДЕМІЯ ЯК КАТАЛІЗАТОР ЗАСТОСУВАННЯ
МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ
РІТЕЙЛАМИ
PANDEMIC AS A CATHALIZER OF RETAIL MARKETING
INNOVATIVE TOOLS**

Останні роки для ритейлів період карантинних обмежень став безпрецедентним каталізатором цифрових змін та стрімкої адаптації інноваційні технології до нових вимог.

Для забезпечення економічного зростання підприємства, підвищення конкурентних позицій маркетингові інновації відіграють одну з основних ролей, дозволяють збалансувати відповідність внутрішніх можливостей інноваційного розвитку.

Для активізації продажів в період карантинних обмежень провідні українські ритейли «АТБ», «Сільпо», «Фора», «Varus», «Prostor», «MasterZoo» відкрили свої інтернет-майданчики. Так, лідер українського ринку продуктового ритейлу «АТБ» запустив свій інтернет-магазин за два місяці. Гіпермаркети «Епіцентр» в період карантину істотно наростили частку e-commerce, створюючи центри видачі замовлень інтернет-магазини. За час карантину онлайн-продажі з доставкою гіпермаркету «Епіцентр» зросли на 224%, а з самовивозом - на 262%.

Компанія Novus впроваджує централізовану систему керівництва комунікаціями SAP MarketingCloud, яка дозволяє створити релевантні персоналізовані промо для кожного покупця через об'єднання даних всіх систем для аналізу і формування актуальних пропозицій клієнта. Такі

активності збільшують кількість учасників з картками лояльності та підвищують ефективність промо-кампаній за рахунок нових комунікаційних механізмів. Налаштована аналітична звітність системи управління комунікаціями дозволяє відслідковувати результати поведінки сегмента в різні періоди часу та за різними категоріями.

Попит на інноваційні технології відкрив шлях для розвитку українських стартапів, одним з таких є колаборації ритейлів з іншими сферами діяльності. Так корпорацією «АТБ» запроваджений випуск власної платіжної картки спільно із «Райффайзен банк Аваль», що дозволяє зменшити витрати на кожен безготівковий рахунок покупців з 1,8% до 3% комісії, які розподіляються між банком, що випустив картку (інтерчейндж-комісія, що складає 1,4%-1,6%) і банком власником терміналу.

Потенціал випуску подібних карток для клієнтів «АТБ» складає 20 млн. штук. Колаборація між компаніями допомагає обмінюватися досвідом, пришвидшує розвиток нового партнерства, а також сприяє збільшенню доходу завдяки виходу на новий сегмент ринку.

Успішні колаборації існують і між ритейлами та операторами зв'язку в напрямленні геомаркетингу. Нещодавно на українському ринку з'явився новий стартап Revizion – репутаційна платформа та комплексний сервіс зворотного зв'язку та NPS (Net PromoterScore). Він допомагає ритейлам покращувати сервіс та оперативно реагувати на відгуки клієнтів із різних каналів комунікації (QR, Viber, SMD, email, API, колл-центр). Окрім збору зворотного зв'язку, сервіс надає повну аналітику в цифрах, графіках і дашбордах для розуміння ситуації та її оперативного вирішення.

Вже є успішні кейси зі збору зворотного зв'язку та інтеграції NPS. До лідерів ринку, які вже використовують Revizion, відносяться: Uniongroup («Золотий Вік», «Срібний Вік», «Золота країна», «Срібна країна»), «Епіцентр», «Інтертоп», «Люксоптика», Watsons, «Укрпошта» та інші.

Revizion надає найкращу систему для роботи зі зворотним зв'язком та NPS, вибудовуючи повний бізнес-процес для залучення, утримання та повернення клієнтів.

Таким чином, впровадження інноваційних маркетингових інструментів в діяльність ритейлів забезпечить їх успішне функціонування, підвищить конкурентоспроможність та стабільність на ринку послуг.

Перелік посилань:

1.Стрімка діджиталізація: цифрова трансформація ритейлу під час карантину - URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/strimka-didzhitalizacziya-czifrova-transformacziya-ritejlu-pid-chas-karantinu/>.

2.Майбутнє споживчих ринків – PwC – URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2021/future-ofconsumer-markets-ukr.pdf>>><https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2021/future-ofconsumer-markets-ukr.pdf>.

3. Інновації в ритейлі. Що варто взяти до уваги гравцям українського ринку – URL: Logistic FM since 02.03.2021 – <https://logist.fm/publications/innovaciyi-v-riteyli-shcho-varto-vzyati-do-uvagigravcyamukrayinskogo-rinku>.