

УДК 339.138

**Івасик Катерина**

**Ivasyk Kateryna**

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.І. Краузе

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СФЕРІ ПРОДАЖІВ**

### **CURRENT TRENDS IN THE FIELD OF SALES**

Поведінка і запити споживачів постійно змінюються, змушуючи ритейлерів впроваджувати інновації в процес обслуговування і покупки. Новими технологіями не можна нехтувати: вони допомагають завойовувати клієнтів і збільшувати продажі.

Щоб зв'язатися з клієнтами, сьогодні потрібно бути майже суперменом. Зв'язок з клієнтом включає постійні комунікації через електронні листи, телефонні дзвінки, соціальні мережі, веб-форми та живі чати. Тут на допомогу приходять CRM-платформи.

Сьогодні CRM-рішення стали важливою частиною ведення бізнесу. Навіть невеликі компанії успішно впроваджують ці інструменти, які допомагають їхнім фахівцям із продажів, маркетингу та сервісу оптимізувати свою діяльність. Інтелектуальні платформи, як наприклад CRM Creatio, що керується процесами, надають можливості для багатоканального зв'язку, повного контролю шляху клієнта та автоматизації рутинних завдань. Серед численних переваг, які CRM-рішення пропонують компаніям, можна назвати основні, які особливо сприяють зростанню продажів: повна інформація про клієнта; управління лінією та продажами; управління діяльністю; централізація даних; аналітика та прогнозування продажів; численні можливості звітності; управління кампанією. Крім того, різні варіанти комунікації, доступні в CRM, наприклад, інтеграція CRM з телефонною системою, дозволяють

керувати діяльністю компанії, збільшувати дані клієнтів і отримувати систематизований доступ до звітів. Це допомагає уникнути втрат даних, підвищує ефективність роботи та знижує витрати.

Щодо інтелектуальних засобів зв'язку, то слід зазначити, що минуло багато часу з тих пір, як штучний інтелект прорвався в маркетингову сферу, і продовжує набирати обертів. Сьогодні він посилює зусилля маркетингових команд, допомагаючи їм залучати більше потенційних клієнтів і оптимізувати різні завдання. Він також надає цінну підтримку в покращенні та персоналізації клієнтського досвіду за допомогою спеціального цифрового маркетингу – реклами, цільового вмісту та СТА [1]. Інструменти штучного інтелекту звертаються до даних клієнтів та історії спілкування, щоб допомогти вашій команді вести розмови. Це можливо навіть без участі представників відповідних структурних підрозділів компанії. Наприклад, чат-боти на основі штучного інтелекту підтримують клієнтів 24/7. Вони дозволяють відповідати на основні запити або вирішувати проблеми, зменшуючи потребу у «живій» взаємодії з клієнтами. Наразі ми бачимо зростання світового ринку чат-ботів, який, за прогнозами, досягне розміру 1,34 мільярда доларів до 2024 року. У той же час існує ще одна подібна технологія продажів, яка розвивається[2]. Голосові технології роботи з алгоритмами НЛП допомагають клієнтам різними способами та збільшують прибуток за допомогою методів крос-продажу та підвищення продажів.

### **Перелік посилань:**

1. 6 найкращих тенденцій у сфері продажів URL:  
<https://www.velvetech.com/blog/sales-technology-trends/>
2. П'ять інноваційних технологій, що змінюють обличчя ритейлу URL:  
<https://rau.ua/ecommerceuk/innovation-retail/>