

Сірук Олександр Миколайович
аспірант,
Приватний вищий навчальний заклад
«Європейський університет»

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-481-1-22>

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОДАЖІВ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

В умовах постійного розвитку цифрових технологій підприємства повинні бути конкурентоспроможними і слідувати сучасним тенденціям. Україна активно підтримує глобальний тренд на цифровізацію ключових сфер соціально-економічної діяльності суспільства, що визначається у Концепції розвитку цифрових компетентностей до 2025 року. Концепція спрямована передусім на розвиток цифрових технологій та впровадження інновацій у всі сфери суспільного життя [1]. Суб'єкти господарювання активно впроваджують нові технології та трансформують бізнес-моделі для збереження лідерства у своїй галузі. Наявність цифрових каналів і способів взаємодії користувача з підприємством дають величезні можливості під час вивчення інформації про вподобання споживачів.

Цифрова трансформація є важливою частиною стратегічної політики підприємства, ефективність якої визначає його успіх. Цей процес вимагає одночасних і взаємопов'язаних дій у системі управління. Цифрова трансформація – це метод впровадження нових технологій у бізнес-процеси компанії. Цифрові технології використовуються для зміни та покращення діяльності бізнесу, завдяки чому він стає масштабованим, ефективним та прибутковішим і конкурентоспроможним [2]. Цифрова трансформація необхідна будь-якому суб'єкту господарювання для збереження лідируючих позицій у галузі за рахунок виникнення технологічних бар'єрів, які буде

складно подолати конкуруючим компаніям. Позитивний результат від впровадження цифрових інструментів можна отримати, як правило, тільки в довгостроковій перспективі, оскільки початкові вкладення зможуть окупитися тільки за тривалий період часу.

Аналітики компанії Agile Elephant вважають, що процес цифрової трансформації визначається зміною в мисленні, стилі управління, системі мотивації, прийнятті сучасних бізнес-моделей з метою поліпшення трудової діяльності співробітників, постачальників і партнерів [3].

Цифрова технологія сама по собі не впливає на підприємство, а змінює методи роботи в ньому. Підлаштовуючись під потреби клієнтів, можливо забезпечити конкурентоспроможність організації. Застосування цифрових інструментів дає можливість завоювати нову частку на ринку, виходити на нові ринки, а також залучати нових споживачів [4].

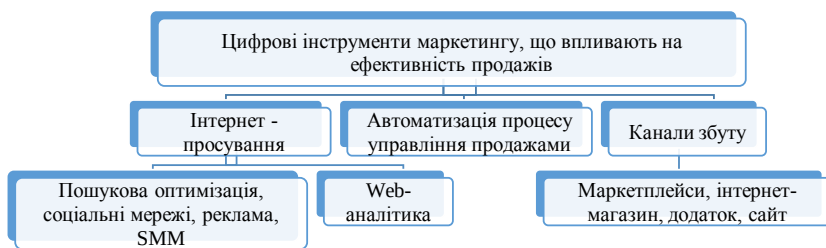
Цифрова трансформація – це перехід від традиційного управління бізнесом до інноваційної моделі з використанням цифрових технологій для отримання конкурентних переваг. Вона охоплює роботу з клієнтами, операційні процеси та бізнес-моделі. Збір і аналіз даних через соціальні мережі, анкетування та аналітичні експерименти допомагають глибше розуміти потреби клієнтів. Персоналізація продажів стає можливою завдяки об'єднанню інформації про закупівлі. Використання мобільних додатків, чатів, e-mail-розсилок і соціальних мереж забезпечує постійний контакт із клієнтами. Цифрові інструменти сприяють не лише технологічному оновленню, а й структурним змінам у менеджменті. Повна цифрова зрілість досягається через комплексну трансформацію бізнес-процесів. У конкурентному середовищі важливо правильно позиціонувати продукт, підкреслювати його цінність для споживача та ефективно керувати продажами.

Цифрова трансформація внесла свої корективи в процес продажів і управління ними: споживачеві важливо здійснювати покупку в зручний час, зручним способом і з комфортом. Традиційні методи продажів вимагають більше часу, планування і фізичної присутності, а електронна комерція дає змогу вирішити цю проблему. Так,

дослідження Forrester Research 2024 р., засноване на опитуванні 14 тис. B2B-покупців, показало, що 76% усіх покупців вважають покупку через сайт більш зручною, ніж через торгового представника. Електронна комерція B2B посіла перше місце як найефективніший канал продажів, його оцінили 35% респондентів, випередивши особисті продажі (26%), відеоконференції (12%), електронну пошту (10%) і телефон (8%) [5]. Виходячи зі статистики, можна сказати, що для отримання максимального результату підприємствам важливо застосовувати різні канали продажів: традиційні та цифрові. Цифрова трансформація є ключовим елементом стратегічного розвитку компанії. Будь-яке підприємство прагне не лише підтримувати поточний рівень продажів, а й забезпечувати їх зростання.

Основні традиційні підходи до збільшення обсягів реалізації включають: стимулювання споживчого попиту, покращення якості продукції та зменшення браку, розширення асортименту для задоволення різних потреб клієнтів, освоєння нових ринків, зниження собівартості та ціни продукції, нарощування виробничих потужностей через автоматизацію та модернізацію обладнання. Також важливими є підвищення кваліфікації персоналу, вдосконалення системи матеріального стимулювання співробітників та використання перевірених маркетингових стратегій, таких як реклама в ЗМІ, зовнішня реклама, спонсорство та участь у виставкових заходах.

Цифрова трансформація дозволяє підприємствам переносити продажі в онлайн-середовище, стираючи межі між маркетингом і продажами. Клієнти отримують повний доступ до інформації про товар, що впливає на їх вибір. Інтеграція маркетингових і продажних функцій забезпечує персоналізовану комунікацію з урахуванням потреб споживачів. Розглянемо деякі інструменти цифрового маркетингу, які можуть вплинути на ефективність продажів (рис. 1): автоматизація управління (впровадження передових технологій для стратегічного розвитку), інтернет-просування (позиціонування продукту онлайн) та канали збуту (інтернет-майданчики для продажів). Використовуючи різні інструменти аналітики, можна оцінювати способи залучення аудиторії онлайн і офлайн.



**Рис. 1. Ключові цифрові інструменти,
що впливають на ефективність продажів**

Джерело: запропоновано автором

Web-аналітика являє собою збір та аналіз даних про відвідування того чи іншого сайту з метою оптимізації роботи інтернет-ресурсу. Web-аналітика дає змогу зрозуміти ефективність рекламної кампанії і яку стратегію просування варто використовувати.

Розвивати сайт компанії, інтернет-магазин дають змогу цифрові інструменти з просування. Пошукова оптимізація включає комплекс заходів із внутрішнього та зовнішнього розвитку сайту для підняття позиції в результатах пошукових систем за певними запитами користувачів. Це призводить до збільшення відвідуваності сайту і подальшого зростання продажів за рахунок збільшення цільової аудиторії.

Суб'єкти господарювання у сфері онлайн-продажів ведуть діяльність в умовах серйозної конкуренції. Щоб зайняти позицію вищу за конкурентів, вони змушені постійно використовувати нові канали збуту, до яких можна віднести маркетплейси, інтернет-магазин, мобільні додатки, офіційний сайт компанії. Завдяки цим інструментам підприємства мають доступ до широкої бази потенційних клієнтів.

Вищою формою інтеграції каналів продажів є омніканальний маркетинг. Він передбачає інтеграцію між комунікаціями і продажами. Омніканальні продажі засновані на використанні декількох каналів збуту та інтегрованих систем автоматизації головних процесів бізнесу, що дають змогу зменшити ризики суб'єктів господарювання і розширити можливості споживачів щодо придбання товару.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що шляхи щодо підвищення ефективності продажів мають бути адаптовані до поточної реальності, в якій традиційні та цифрові можливості мають бути взаємопов'язані та доповнювати одна одну для більшої ефективності. Найбільш вірний шлях до підвищення ефективності продажів підприємства – використання омніканальних стратегій, а саме інтеграція всіх каналів збуту організації в єдину цифрову систему, з метою створення єдиного посилу покупцеві і для забезпечення ефективних продажів. Також важливо суб'єктам господарювання постійно оновлювати та оптимізувати використання наявних цифрових інструментів для підвищення рентабельності інвестицій у цифрову трансформацію.

Література:

1. Концепція розвитку цифрових компетентностей до 2025 року та її значення. EVERLEGAL. 2021. URL: <https://everlegal.ua/kontseptsiya-rozvytku-tsyfrovyykh-kompetentnostey-do-2025-roku-ta-yiyi-znachennya>
2. Як цифрова трансформація допомагає зростати бізнесу. 2021. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/cifrovaya-transformaciya-pomogaet-rasti-biznesu>
3. What is Digital Transformation? The Agile Elephant. URL: <http://www.theagileelephant.com/what-is-digital-transformation/>
4. Mergel I., Edelmann N., Haug N. Defining digital transformation: Results from expert interviews. *Government Information Quarterly*. 2019. Т. 36. № 4.
5. 5 technology trends that will shape B2B ecommerce in 2024 URL: <https://www.digitalcommerce360.com/2024/01/05/5-b2b-ecommerce-technologytrends-2024/>