

ПОЯВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ КАК ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Современный мир преобразовывается каждый день, и новые аспекты экономической жизни проявляют себя как в реальном мире, так и в виртуальной среде, в том числе в сфере интернет-торговли. Покупатели XXI в. сложно удивить новинками в обслуживании, однако грамотное применение цифровых и аудиотехнологий оказывает влияние на поведение покупателей в сети Интернет и формирует их спрос на различные товары.

Одной из наиболее популярных на данный момент IT-тенденций в электронной коммерции является voice commerce. Данный тренд также известен как голосовой шопинг, или «Окей, Гугл, я хочу купить...». Использование подобных технологий обусловлено стремлением покупателей экономить время, ресурсы при поиске продукта, а также желанием совершать покупки максимально просто и удобно.

На данный момент наиболее популярными голосовыми помощниками являются Siri, Google Assistant («Окей, Гугл») и «Алиса», поэтому именно они чаще всего становятся интернет-консультантом для потребителей, которые ввели голосовой запрос. С целью развития голосовой коммерции организации могут как коллаборировать с существующими голосовыми агентами в интернете, так и внедрять собственные системы голосового поиска, а впоследствии и голосового консультирования покупателей в интернет-магазинах [1].

Перспективным направлением является visual commerce, поскольку большинство потребителей выбирают товар глазами. Поэтому визуальное представление любого продукта, а также интернет-магазина в целом служит максимально эффективным способом воздействия на потребителя. Исходя из этого появляются все более совершенные формы визуальной коммерции, такие как интерактивный контент, видеофильмы, пользовательский контент, элементы дополненной реальности, VR- и 3D-контент [1].

Широко известен тот факт, что потребитель усваивает 90 % той информации, которую увидел. Следовательно, электронная коммерция также должна иметь тенденцию к повсеместной визуализации, мгновенно и непосредственно влияющей на сознание потребителей. Например, все большую популярность набирают визуальные конфигураторы, позволяющие потребителям самостоятельно настраивать визуальные параметры товара, и цифровые каталоги (в том числе лукбуки), в которых основное внимание направлено не на отдельный продукт, а на конечный результат, например на окончательный образ после примерки одежды или нанесения макияжа [2].

Особенно стоит выделить дополненную реальность (augmented reality, AR), которая позволяет покупателю максимально детально ознакомиться с товаром в виртуальной реальности, понять, как товар будет выглядеть в реаль-

ности еще до покупки, и дает возможность организации снизить коэффициент возврата, а также увеличить конверсию электронного магазина [1].

Таким образом, на покупателя при посещении интернет-магазина воздействуют наиболее комфортные способы приобретения товаров, которые в настоящее время связаны с развитием цифровых технологий и внедрением их в электронные торговые процессы.

Источники

1. Будущее ecommerce: 10 трендов развития сферы в 2021 [Электронный ресурс] // vc.ru. — Режим доступа: <https://vc.ru/trade/203079-budushchee-commerce-10-trendov-razvitiya-sfery-v-2021>. — Дата доступа: 21.11.2022.

2. Visual Commerce: 5 Business Opportunities to Improve Product Discovery and Conversions (+ Why It's Important) [Electronic resource] // Zoovu website. — Mode of access: <https://blog.zoovu.com/visual-commerce-improve-product-discovery/>. — Date of access: 22.11.2022.