

ТРАНСФОРМАЦИЯ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Процесс трансформации в торговле происходит постоянно, при этом он затрагивает все сферы торговли — и форматы магазинов, и торговые операции. На этот процесс влияют внешние факторы: состояние экономики, предпочтения потребителей, текущие тренды, технологические инновации. Для того чтобы отвечать на вызовы времени, сети магазинов по-разному реагируют на изменения рынка и новые потребности покупателей.

В современных условиях покупатели все чаще прибегают к поиску и покупке товаров в сети Интернет. В большинстве случаев традиционная торговля уступает электронной в связи с тем, что последняя предоставляет не только качественное обслуживание для потребителей, низкий уровень цен, широкий ассортимент, но также и широкий спектр дополнительных услуг. Это изменило поведение покупателей [1].

Электронная коммерция стала неотъемлемой частью современной экономики. Она претерпела значительное развитие и привнесла изменения в способы покупки и продажи товаров, позволила компаниям расширить свой географический охват и найти клиентов по всему миру. Системы электронной коммерции упрощают процесс покупки для клиентов: достаточно оплатить покупку онлайн с помощью банковской карты или перевода — и товар доставят клиенту на дом или, если это покупка электронного товара, вышлют ключ доступа по e-mail. Это гораздо быстрее и проще, чем поход в магазин.

Онлайн-покупка товаров существенно расширяет выбор и снимает барьеры для людей с ограничениями. Онлайн-заказ позволяет изучить характеристики товара без визуальной информации и выбрать то, что нужно. А еще товар можно забрать в любом из пунктов выдачи или же его могут доставить прямо домой.

Системы собственных складов маркетплейсов обеспечивают малые сроки доставки (от 2 до 5 дней). Удобная система поиска товара при помощи детальных фильтров, ключевых фраз позволяет сравнивать несколько товаров одного поставщика или схожие товары разных поставщиков, сопоставив характеристики, цены и отзывы. Быстрая доставка становится ключевым аспектом для многих покупателей.

Электронная коммерция позволяет компаниям собирать и анализировать данные о поведении покупателей, что позволяет предлагать персонализированные рекомендации и предложения. Это помогает

улучшить клиентский опыт и повысить уровень удовлетворенности покупателей. Очевидно, что количество онлайн-покупателей будет расти в ближайшее время.

Источник

1. *Климченя, Л. С.* Исследование поведения покупателей в интернет-магазинах / Л. С. Климченя, Л. В. Безпалько // Вестн. Белорус. гос. экон. ун-та. — 2023. — № 3 — С. 115–122.