

сы сотрудников и создание безопасных каналов для обратной связи. Главным становится обучение руководителей современным методам управления, включая развитие эмоционального интеллекта и навыков раннего распознавания конфликтных ситуаций. Важную роль играют и регулярные командные мероприятия, которые должны быть не просто формальностью, а тщательно спланированными активностями, направленными на построение доверительных отношений между сотрудниками.

Таким образом, моббинг — это не частные конфликты, а серьезная угроза бизнесу. В сфере недвижимости успех строится на доверии и командном духе, а агрессивное поведение разрушает эти основы. Создание атмосферы уважения и поддержки в коллективе — это не только вопрос этики, но и стратегическая инвестиция в стабильность и процветание агентства.

Источник

1. Моббинг на работе: формы, признаки, последствия и способы борьбы // Lucky Hunter. — URL: <https://luckyhunter.io/blog/mobbing-na-rabote#formy> (дата обращения: 15.11.2025).

В. А. Курилёнок, У. О. Щерба
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. В. Стасюкевич

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С ПОКУПАТЕЛЯМИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Цифровые технологии играют ключевую роль в управлении взаимоотношениями с покупателями в розничной торговле. CRM-системы — специализированные информационные системы, предназначенные для автоматизации процессов взаимодействия организаций с покупателями (потребителями) и управления взаимоотношениями с ними.

CRM-системы собирают и хранят всю информацию о покупателях и их взаимодействиях в единой базе, позволяя систематизировать работу, отслеживать сделки и повышать эффективность торгового бизнеса. Ключевые функции: управление клиентской базой, автоматизация ежедневных задач, анализ показателей и интеграция с другими сервисами.

Распространенные CRM-системы:

1. HubSpot CRM. Данная система предлагает простую интеграцию с маркетинговыми инструментами и анализ продаж, что помогает управлять ассортиментом, основываясь на интересах покупателей.

2. Zoho CRM. Индийская CRM-система, удобная для анализа данных о продажах и предпочтениях покупателей. Ее функционал позволяет отслеживать спрос на разные виды товаров и оперативно корректировать ассортимент.

3. Infusionsoft by Keap. Инфраструктура Infusionsoft позволяет собирать подробную информацию о покупателях и товарах, которую можно использовать для обновления ассортимента, ориентированного на предпочтения покупателей.

4. Retailytics. Система разработана специально для ретейлеров и позволяет эффективно управлять ассортиментом, оценивая продажи, остатки и формируя точные планы закупок.

5. Mindbox. Российская CRM-система, ориентированная на построение персонифицированных маркетинговых кампаний. Mindbox позволяет изучать поведенческие паттерны покупателей и правильно подбирать ассортимент для каждого сегмента.

6. Bitrix24. Российская CRM-система, пользующаяся популярностью среди российских и белорусских торговых организаций. Bitrix24 позволяет удобно хранить информацию о покупателях и товарах, а также осуществлять планирование и разработку стратегий продаж.

Одна из главных особенностей CRM заключается в централизованном сборе и хранении данных о каждом покупателе. Система фиксирует историю покупок, предпочтения, контактные данные и демографические характеристики покупателей. Это создает единую базу данных, которую сотрудники торговой организации могут легко просматривать и обновлять, обеспечивая непрерывность коммуникаций с покупателем независимо от каналов связи.

Таким образом, применение цифровых технологий управления взаимоотношениями с покупателями в розничной торговле способствует значительному улучшению качества обслуживания покупателей, повышению уровня лояльности и увеличению доходов организации.

Л. М. Кутузова, Д. А. Лаврова, А. А. Чаплинская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. В. Уриш, канд. экон. наук, доцент

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ КОНФЛИКТОВ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

В условиях системных трансформаций практически во всех сферах деятельности можно наблюдать высокий уровень конфликтности. Конфликты в ресторанном бизнесе — разногласия, возникающие между сотрудниками (внутренние конфликты) или между персо-