

- Анализ эффективности кампании по продвижению;
- Анализ доверия клиентов;
- Перекрестная продажа (Cross Selling);

Управление цепями поставок (Supply Chain Management, SCM) и снабжение

Управление цепями поставок позволяет оптимизировать использование МПЗ (материально-производственных запасов) и улучшить качество снабжения.

Большинство SCM-приложений предоставляют лишь функциональность на уровне транзакций и не поддерживают возможности сложного анализа, необходимые для формирования более общего взгляда на структуру цепей поставок. Вот некоторые направления использования BI в области управления цепями поставок и снабжения:

- Анализ исполненных поставок;
- Контроль наличия МПЗ;
- Прогнозирование спроса.

### **Литература**

1. Применение технологии Хранилищ данных и OLAP в торговле. – [Электронный источник]. – режим доступа: <http://www.infocity.kiev.ua>

**Шарупич Дмитрий Александрович,  
Тараненко Артём Леонидович**  
БГЭУ, ФМЭО, 2-й курс, ДАЗ-1

## **ОПЫТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СЕТИ**

Техника стала неотъемлемой частью нашего повседневного окружения для нескольких поколений. Она упрощает нашу жизнь, обучает нас, одновременно сближает и разделяет нас. Мы не представляем нашу жизнь без

техники, забывая о том, что в конечном итоге её создают такие же люди как и мы с вами. И эти люди заслуживают нашей благодарности, когда техника становится нам подспорьем и порицаний, когда этого не происходит.

В частности мы не представляем нашу жизнь без Интернета.

Во глобальной сети опыт взаимодействия играет ещё более важную роль, чем в случае других продуктов. Потому что по сути пользователь предоставлен сам себе, веб-сайт практически всегда является «инструментом самообслуживания». Нет инструкции, которая бы всё объяснила заранее; нет службы поддержки, куда можно было бы обратиться за помощью. Поэтому пользователь опирается лишь на собственный опыт, сообразительность и интуицию.

Большинство сайтов не признает факт существования данной проблемы, когда пользователь вынужден сам во всем разбираться. А именно позитивный опыт взаимодействия играет стратегическую роль в успехе любого сайта.

Какой бы ни была бы цель создания сайта, он предоставляет информацию, или контент. И одна из основных целей сайта подать эту самую информацию самым эффективным образом. Недостаточно просто разместить информацию на сайте. Она должна быть представлена так, чтобы люди с легкостью воспринимали её. В противном случае до посетителя сайта может не дойти, что вы предлагаете товары или услуги, в которых она нуждается. И даже если он сумеет найти эту информацию, он может решить, что с вами так же трудно, как с вашим сайтом.

Если опыт взаимодействия с сайтом отрицательный, то посетитель больше никогда не вернется туда. Если же опыт окажется положительным, а сайтом вашего конкурента ещё лучше, то пользователь уйдет к конкуренту. В конечном итоге любая компания стремиться понять, какую прибыль приносит инвестированный капитал, Показатель под названием возврат инвестиций (ROI – return on investment) обычно измеряется в денежных единицах. Но возврат инвестиций может выражаться и в уровне конверсии. Всякий раз, ко-

гда происходит поощрение клиентов сделать следующий шаг в построении наших взаимоотношений: настроить интерфейс по своему вкусу или подписаться на рассылку по электронной почте, - возникает уровень конверсии, который и можно подсчитать. Отслеживая, какой процент пользователей «делает шаг» (конвертируется) к новому уровню взаимодействия, мы можем измерить, на сколько наш сайт служит целям бизнеса. При построении сайта важно вычлнить следующие уровни: уровень стратегии, уровень набора возможностей, уровень структуры, уровень компоновки и уровень поверхности.

Успешно пройдя эти ступени, только тогда можно утверждать о возможном положительном пользовательском опыте и в свою очередь об успехе сайта.

### **Литература**

1. Веб-дизайн: книга Джесса Гаррета Элементы опыта взаимодействия СПб.: Символ - Плюс, 2008. - 192с .: ил.
2. Интернет источник: <http://www.adme.ru/kreativnyj-obzor/transnacionalnye-transvestity-22304/>

**Н. А. Шунькова**

БГЭУ, ФФБД, группа ДФФ-2, 2 курс

### **БАЗА ДАННЫХ «ЭКОНОМИКА БЕЛАРУСИ»**

Ядром любой экономической информационной системы является база данных. Хранение данных, необходимых работникам организации, в базах обладает неоспоримым преимуществом. Такие данные легче контролировать, согласовывать, изменять. Ускоряется их поиск, обработка, анализ. Обеспечивается надежная защита.

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.  
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.