

Следует отметить, что в Республике Беларусь ведется работа по поиску, завоеванию и удержанию своего места на мировом рынке услуг. Так, на данный момент действуют Национальная программа поддержки и развития экспорта на 2016–2020 гг. и Концепция развития сферы услуг в Республике Беларусь на 2015–2020 гг.

Для дальнейшего развития экспорта туристических услуг в Республике Беларусь необходим комплекс мероприятий по максимальному увеличению средств размещения и вовлечению в туристический оборот объектов историко-культурного наследия и природных лечебных ресурсов нашей страны.

В целях увеличения экспорта инжиниринговых услуг следует выходить на новые рынки сбыта (страны Африки, Южной Америки), участвовать в реализации строительных программ на уже имеющихся рынках, также следует внедрять международные стандарты и активно заимствовать передовые технологии, начать сотрудничество с международными иностранными инжиниринговыми компаниями с целью перенять опыт и практику их работы.

В целом для наращивания экспорта услуг необходимо совершенствование маркетинговой деятельности (организация национальных выставок и национальных экспозиций Республики Беларусь за рубежом, участие в специализированных выставках), постоянное и системное повышение кадрового потенциала внешнеэкономических и маркетинговых служб организаций.

#### **Источники**

1. World Trade Organization [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.wto.org/index.htm>. — Date of access: 01.11.2018.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 01.11.2018.

***Д.В. Карман, Д.В. Колтак, Л.С. Ачаповская***  
*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Е.А. Сушкевич, канд. экон. наук*

### **КАСТОМИЗАЦИЯ ОНЛАЙН-ПОКУПОК НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИЛОЖЕНИЯ APPAREL**

Доходы от онлайн-продаж испанской компании Inditex, которая объединяет такие бренды, как Zara, Bershka, Stradivariusи др., в 2017 г. выросли на 41 %, трафик на ее сайты превышает 10 млн посещений в день. При этом общий объем продаж за последние три года вырос незначительно, а валовая прибыль снизилась до самого

низкого уровня за десятилетие [1]. По этой причине руководство компании решило направить усилия на онлайн вместо расширения сети традиционных магазинов.

В связи с этим возникла идея разработки приложения Apparel, которое представляет собой коллаборацию Inditex и The Sims Studio и позволяет эффективно кастомизировать онлайн-покупки. Данное приложение станет любимым местом для совершения покупок благодаря игровому режиму и уникальному подходу к каждому клиенту.

Идеей послужило желание сделать процесс шоппинга не просто процессом, а представить его как своего рода товар. Данное приложение предоставляет уникальную возможность — примерить на себя приглянувшуюся одежду не выходя из дома, а также подобрать готовый образ из любого магазина компании Inditex. Оно, в первую очередь, предназначено для стран Западной и Восточной Европы, Азии и Северной Америки.

Одними из самых трудоемких этапов в изучении рынка было проведение опроса и анализ полученных данных. Для определения целевой аудитории приложения было проведена сегментация посредством анкетирования. В опросе приняли участие 100 респондентов (жители Республики Беларусь). Анкетирование проводилось с помощью рассылки в социальных сетях.

В результате было установлено, что целевую аудиторию приложения Apparel можно разделить на два основных сегмента:

- молодежь до 18 лет, которая много времени проводит в интернете, интересуется новыми мобильными приложениями и разработками и наиболее мобильна;

- молодые люди в возрасте 26–35 лет, которые высоко ценят свое свободное время и готовы к экспериментам.

Для привлечения клиентов из указанных выше сегментов необходимо поддерживать клиентоориентированную стратегию в продвижении приложения, учитывать все поступающие отзывы и рекомендации, а также провести мощную рекламную кампанию. Наша активность должна быть направлена на построение длительных отношений с клиентами.

Акцент необходимо сделать на уникальности сервиса, так как приложение Apparel — это не просто отдельный онлайн-магазин, это полноценный магазин, который олицетворяет ту же философию и стиль, что и другие бренды компании Inditex. Приложение должно создавать впечатление, будто клиент находится в самом магазине (приятная, стильная атмосфера, простой и понятный функционал, большой выбор одежды и аксессуаров и т.д.).

Для того чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке, необходимо постоянно проводить мониторинг новых разработок конкурентов, отслеживать появление новых игроков на рынке, а также следить за последними достижениями в области информационных технологий и компьютерной графики.