

Яременко Д. В.,
студентка 3 курсу факультету торгівлі та маркетингу;
Чуніхіна Т. С.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу;
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ

ВИКОРИСТАННЯ АНАЛІТИКИ КЛІЄНТСЬКИХ ДАНИХ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЗАДОВОЛЕНOSTІ КЛІЄНТІВ ТА ПОКРАЩЕННЯ ЇХНЬОГО ДОСВІДУ

У світі постійних змін та високої конкуренції успішність бізнесу залежить від здатності не лише привернути клієнтів, але й забезпечити їхнє повне задоволення від продукту чи послуги. Одним із найефективніших інструментів для досягнення цієї мети є аналітика клієнтських даних. Використання цієї аналітики не лише дозволяє підприємствам розуміти поведінку своїх клієнтів краще, але й сприяє виявленню та вирішенню проблем, а також покращенню їхнього досвіду взаємодії з компанією. У цьому дослідженні буде розглянуто роль аналітики клієнтських даних у визначенні рівня задоволеності клієнтів та покращенні їхнього досвіду, висвітлені можливі переваги, виклики та стратегії, що супроводжуються цим процесом.

Ключові показники ефективності (KPI):

1. Індекс задоволеності клієнтів (NPS): NPS вимірює ймовірність того, що клієнти рекомендуватимуть продукт або послугу іншим. Він допомагає оцінити загальну задоволеність.

2. Індекс задоволеності клієнтів (CSAT): CSAT оцінює безпосередній рівень задоволеності клієнтів на основі конкретної взаємодії або досвіду.

3. Індекс клієнтських зусиль (CES): CES оцінює легкість взаємодії з клієнтом та зусилля, необхідні для досягнення мети або вирішення проблеми.

Аналізуючи ці показники, бізнес може адаптувати свої підходи, вдосконалювати продукти та послуги, а також адаптувати стратегії до змінюючихся потреб клієнтів. Вимірювання задоволеності клієнтів сприяє підвищенню лояльності та утриманню клієнтів, що є важливим для успіху бізнесу на ринку, орієнтованому на споживача [1].

Аналітика клієнтських даних відіграє ключову роль у визначенні рівня задоволеності клієнтів, надаючи компаніям інформацію, необхідну для ефективного реагування на потреби та очікування своїх клієнтів. Нижче розглянемо детальніше, як саме аналітика клієнтських даних допомагає в цьому процесі.

Збір та акумуляція даних: першим етапом є збір та акумуляція різноманітної інформації про клієнтів, включаючи їхні покупки, інтеракції з продуктами або послугами, відгуки, поведінкові дані тощо.

Аналіз та виявлення патернів: після збору даних аналітичні інструменти дозволяють виявляти патерни та тенденції в поведінці клієнтів. Наприклад, можна визначити, які продукти або послуги є найбільш популярними серед

клієнтів, як часто вони повторюють покупки, як довго вони залишаються клієнтами компанії тощо.

Визначення задоволеності та відстеження метрик: за допомогою аналітики можна вимірювати рівень задоволеності клієнтів за різними показниками, такими як частота покупок, рівень відгуків, час, проведений на сайті або в додатку компанії, а також інші метрики. Це дозволяє компаніям отримати об'єктивну оцінку того, наскільки їхні клієнти задоволені продуктами або послугами.

Персоналізація та індивідуальний підхід: на основі аналізу даних компанії можуть створювати персоналізовані пропозиції для клієнтів, враховуючи їхні індивідуальні потреби та вподобання. Дозволяють підвищити рівень задоволеності клієнтів та зробити їхній досвід більш приємним та персоналізованим [1].

Задоволені клієнти більш схильні залишатися вірними вашому бренду або компанії. Зменшується втрата клієнтів і забезпечується стабільний потік доходів. Рекомендують ваші продукти та послуги своїм друзям, родині та колегам. Позитивні відгуки сприяють залученню нових клієнтів. Частіше повертаються для покупок. Вони також схильні купувати додаткові продукти або послуги, що збільшує ваш прибуток. Збереження існуючих клієнтів менше коштує, ніж залучення нових. Задоволені клієнти менше схильні шукати альтернативи. Бізнес, який забезпечує високий рівень задоволеності клієнтів, виграє на ринку. Конкуренти можуть копіювати продукти, але відношення до клієнтів є унікальним [2].

Використання аналітики для покращення клієнтського досвіду є надзвичайно важливим аспектом сучасного бізнесу, оскільки дозволяє компаніям реалізувати потенційні можливості та забезпечити високий рівень задоволеності клієнтів. Аналітика дозволяє враховувати індивідуальні потреби та вподобання клієнтів, що дозволяє компаніям створювати персоналізовані пропозиції та рекомендації. Наприклад, на основі аналізу покупок та переглядів клієнт може отримати індивідуальні рекомендації товарів або послуг, що відповідають його уподобанням.

Також дозволяє виявити слабкі місця в процесах обслуговування клієнтів та забезпечити їх оптимізацію. Наприклад, шляхом аналізу часу очікування на обробку запитів чи швидкості відповіді на клієнтські звернення можна вдосконалити сервісні процеси та забезпечити швидке та ефективне обслуговування. За допомогою аналізу даних можна прогнозувати майбутні тенденції та проблеми, що дозволяє компаніям попередньо реагувати на них та уникнути негативних наслідків для клієнтів. Аналіз показників задоволеності клієнтів може допомогти виявити потенційні проблемні ситуації та реагувати на них заздалегідь. Завдяки вдосконаленню процесів обслуговування та персоналізації пропозицій компанії можуть підвищити рівень задоволеності клієнтів та збільшити їхню лояльність. Це може призвести до збільшення повторних покупок, рекомендацій та позитивних відгуків, що сприяє підвищенню прибутковості бізнесу [3].

Виклики та обмеження використання аналітики клієнтських даних. Одним із найбільших викликів є забезпечення конфіденційності та захисту особистих даних клієнтів. Збір та аналіз великої кількості особистої інформації може викликати обурення та недовіру з боку клієнтів, особливо в умовах строгих правил щодо захисту даних, таких як GDPR. Іноді дані можуть бути неповними, недостовірними або спотвореними, що може призвести до неточних аналітичних висновків. Важливо мати механізми для перевірки та очищення даних перед їхнім використанням. Розвиток та підтримка потужних аналітичних систем може бути витратним завданням для підприємств, особливо для менших компаній. Крім того, здатність аналітиків та фахівців з обробки даних може бути обмеженою, що створює виклик у плані забезпечення необхідного персоналу.

Важливо враховувати етичні аспекти використання клієнтських даних, такі як збір інформації без згоди клієнтів або використання даних для маніпуляції клієнтами. Невідповідність етичним стандартам може призвести до втрати довіри та репутації компанії. У різних країнах і регіонах існують різні правила та регуляції щодо збору, зберігання та використання клієнтських даних. Недотримання цих правил може призвести до штрафів та судових позовів проти компанії.

Загалом, хоча використання аналітики клієнтських даних може призвести до значних покращень у клієнтському досвіді, важливо розуміти і керувати викликами та обмеженнями, щоб максимально ефективно використовувати цей потенціал і одночасно забезпечити захист інтересів клієнтів та відповідність з правилами та регуляціями.

Використання аналітики клієнтських даних є невід'ємною частиною сучасного бізнесу, спрямованого на підвищення задоволеності клієнтів та оптимізацію їхнього досвіду. Це дозволяє компаніям ефективно адаптуватися до змін у вимогах ринку та забезпечувати високу якість обслуговування, що веде до позитивних результатів і збільшення конкурентоспроможності. Однак важливо враховувати виклики та обмеження, пов'язані з використанням аналітики клієнтських даних, такі як захист конфіденційності даних, якість та достовірність даних, етичні питання та відповідність регуляторному середовищу. Подолання цих викликів вимагає ретельного планування, вдосконалення процесів та забезпечення відповідності з правилами та нормативами [3].

Список використаних джерел

1. Ranktracker: The all-in-one platform for effective SEO. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/measuring-customer-satisfaction-kp-is-and-metrics-that-matter/> (дата звернення: 21.02.2024).
2. Blade Runner. URL: <https://www.bladerunner.com.ua/blog/o4zml4g081-oznaki-zadovolenost-klnta> (дата звернення: 21.02.2024).
3. Оцінка задоволеності клієнтів. *Онлайн-опитування та дослідження* | [eSurvey.com.ua](https://esurvey.com.ua). URL: <https://esurvey.com.ua/examples/marketing/customer-satisfaction-surveys> (дата звернення: 21.02.2024).