

4. Агенція розвитку Миколаєва. URL: <https://www.mda.mk.ua/>
5. Про внесення змін до розпорядження Миколаївського міського голови від 22.08.2023 № 170р «Про утворення робочої групи з громадської безпеки та соціальної згуртованості Миколаївської міської територіальної громади, затвердження її персонального складу та Положення про робочу групу»: розпорядження Миколаївського міського голови від 11 березня 2024 року №53р. URL: <https://mkrada.gov.ua/documents/43588.html>

Олена КРУК, Дар'я МАРЦЕНЮК

здобувачі освітньо-професійної програми

«Менеджмент», ЗУНУ

Науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ЗУНУ Ірина СМАЧИЛО

РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ В РОЗВИТКУ МЕХАНІЗМІВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Електронна комерція стрімко розвивається, перетворюючи глобальні ринки та змінюючи спосіб взаємодії між компаніями і клієнтами. У цьому середовищі ефективні зовнішні комунікації стають стратегічно важливими для забезпечення конкурентоспроможності, побудови лояльності клієнтів і розвитку бренду. Сучасна електронна комерція розвивається у світі динамічних цифрових технологій, які суттєво змінюють способи взаємодії організацій із клієнтами, партнерами та суспільством. Ефективна комунікаційна стратегія дозволяє компаніям не лише залучати клієнтів, а й будувати довгострокові відносини, засновані на довірі та взаєморозумінні.

Зазначимо, що зовнішні комунікації охоплюють усі форми інформаційної взаємодії організації з її зовнішнім середовищем: споживачами, постачальниками, партнерами, інвесторами. Для електронної комерції вони є особливо важливими через:

- онлайн-присутність (успіх бізнесу часто залежить від того,

наскільки ефективно організація комунікує через цифрові канали, включаючи сайти, соціальні мережі);

- формування довіри (в умовах цифрового середовища, де клієнт не має фізичного контакту з товаром чи продавцем, прозорість і чіткість комунікацій стають вирішальними);

- побудову бренду (регулярна та змістовна взаємодія з цільовою аудиторією створює імідж компанії, що допомагає виділитися серед конкурентів).

В електронній комерції зовнішні комунікації виконують такі ключові функції як залучення клієнтів, бо використання соціальних мереж, контент-маркетингу та реклами дозволяє ефективно донести ціннісну пропозицію компанії до цільової аудиторії. Крім того, завдяки оперативному обслуговуванню через електронні канали зв'язку (чат-боти, електронна пошта, кол-центри) компанії забезпечують високий рівень задоволеності клієнтів. Регулярна комунікація через публікації, відео чи вебінари сприяє зміцненню репутації та довіри до неї.

Зрозуміло, що ключовими принципами ефективної комунікаційної стратегії є клієнтоорієнтованість, яка передбачає створення персоналізованих повідомлень та індивідуальний підхід до кожного клієнта, що значно підвищує ефективність комунікацій. Наприклад, використання штучного інтелекту для аналізу поведінки клієнтів дозволяє адаптувати пропозиції під їхні потреби. Крім того компанії повинні забезпечити присутність у різних цифрових каналах: вебсайтах, соціальних мережах.

Основні інструменти зовнішніх комунікацій в електронній комерції представлено на рис. 1.

Соціальні платформи є потужним інструментом для залучення та утримання клієнтів. Вони дозволяють компаніям оперативно реагувати на запити, створювати унікальний контент і підтримувати інтерактивний діалог з аудиторією. *Email*-розсилки залишаються важливим каналом для персоналізованих пропозицій, акцій і новин. Автоматизація процесів дозволяє знижувати витрати і збільшувати ефективність. Якісний контент у вигляді статей,

блогів чи відео, оптимізований для пошукових систем, допомагає залучати клієнтів і формувати їхню лояльність. Відгуки клієнтів, чати, опитування та гарячі лінії сприяють не лише вирішенню проблем, а й покращенню продукту чи сервісу на основі реальних потреб аудиторії.



Рис. 1. Основні інструменти зовнішніх комунікацій в електронній комерції

Примітка. Побудовано авторами.

Отже, ефективні зовнішні комунікації є невід'ємною складовою успіху електронної комерції. Вони сприяють побудові довіри, збільшенню продажів і зміцненню позицій бренду на ринку. Сучасний бізнес має активно впроваджувати новітні технології та адаптувати свої комунікаційні стратегії відповідно до потреб аудиторії. Удосконалення зовнішніх комунікацій дозволяє не лише підвищити ефективність бізнесу, але й забезпечити його стійкий розвиток у цифрову епоху.

Список використаних джерел

1. Смачило. І. І. Комунікації та комунікаційний процес в діяльності сучасного офісу. *Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах війни та післявоєнної відбудови України*: матеріали доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю [Тернопіль, 31 травня 2022 року]. Тернопіль: ЗУНУ. 2022. С. 178-181. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/44954/1/ZBIRNIK_31_05_2022.pdf