

ОСОБЛИВОСТІ ПРОДАЖІВ ОНЛАЙН ТА ОФЛАЙН

Проблеми продажів, як в онлайн, так і в офлайн сегментах, на сьогоднішній день стають все більш актуальними та складними. Онлайн-продажі набувають шалену популярність через зручність, доступність та можливості широкого асортименту. З іншого боку, офлайн-продажі все ще мають свої переваги, такі як особистий контакт, можливість випробування товару та негайне отримання покупцем продукту. Сьогодні онлайн та офлайн канали продажів стикаються з низкою актуальних проблем, які їм необхідно вирішити, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Насамперед розглянемо особливості онлайн-продаж.

1. Конкуренція. В Інтернеті дуже висока конкуренція, і продавцям складно виділитися з натовпу.

2. Витрати на маркетинг. Онлайн-маркетинг може бути дуже дорогим, особливо для малих підприємств.

3. Захист даних. Продавцям онлайн-магазинів необхідно захищати особисті дані своїх клієнтів, що може бути складним та дорогим.

4. Шахрайство. Онлайн-магазини частіше стикаються з шахрайством, ніж офлайн-магазини.

5. Складність доставки. Доставка товарів може бути дорогою та складною, особливо для великих або важких товарів.

Однією з ключових проблем онлайн-продажів є конкуренція. Інтернет дає можливість розміщення товарів і послуг без значних витрат на рекламу та інфраструктуру, тому ринок переповнений пропозиціями. Отже, компаніям необхідно робити великі зусилля, щоб виділитися серед конкурентів.

Ще однією проблемою онлайн-продажів є безпека та довіра. Клієнти часто стикаються зі скептицизмом щодо онлайн-покупок через можливість шахрайства, викрадення особистих даних та інші загрози. Забезпечення безпеки та впевненості у покупця – ключові завдання для онлайн-ритейлерів.

У свою чергу, офлайн-продажі також мають свої складнощі. Однією з найбільших проблем є високі витрати на оренду та утримання приміщень. За високою вартістю оренди стоять великі торговельні приміщення в центральних локаціях, які забезпечують високий потік покупців.

Крім того, офлайн-продажі часто обмежені географічно. Магазины фізично знаходяться у певних місцях, що може обмежувати доступ покупців. Це особливо актуально для компаній, що працюють на регіональному рівні.

Особливості офлайн-продаж.

1. Конкуренція з онлайн-торгівлею. Покупці все частіше обирають онлайн-магазини через зручність, широкий вибір товарів та кращі ціни. Це призводить до зниження трафіку в офлайн-магазинах та скорочення їхньої частки ринку.

2. Зміна очікувань покупців. Покупці очікують персоналізованого досвіду та зручності як в онлайн-, так і в офлайн-магазинах. Офлайн-продавцям необхідно адаптуватися до цих очікувань, пропонуючи кращий сервіс та персоналізовані рекомендації.

3. Високі витрати на оренду та утримання магазинів. Оренда та утримання фізичних магазинів може бути дуже дорогим, що робить ведення офлайн-бізнесу складним для багатьох продавців.

4. Складність відстеження даних. Офлайн-продавцям складніше відстежувати поведінку покупців та збирати дані про продажі, що ускладнює аналіз ефективності маркетингових кампаній та прийняття обґрунтованих рішень.

Для того, щоб ефективно вирішувати ці проблеми, компаніям необхідно застосовувати комплексний підхід. Рішення може включати в себе використання інноваційних технологій для поліпшення онлайн-продажів, а також створення унікального образу бренду для привертання уваги покупців в офлайн-середовищі.

Відповідь на ці проблеми також полягає в адаптації бізнес-моделі до потреб сучасного споживача. Наприклад, впровадження концепції мультиканальності, де онлайн- та офлайн-продажі доповнюють один одного, може бути вигідним рішенням.

Загалом, продажі, незалежно від формату, потребують постійного вдосконалення та адаптації до змін у споживчому ринку та технологічному середовищі. Розуміння основних проблем дозволяє компаніям ефективно вирішувати їх та зберігати конкурентну перевагу.

Список використаних джерел:

1. Сміт Дж. Проблеми онлайн-роздрібної торгівлі: конкуренція та довіра. Журнал електронної комерції. 2023. Т. 17, № 2. С. 45-58.

2. Лі С. Мультиканальні стратегії для успіху в роздрібній торгівлі. 2022. Т. 15, № 1. - С. 78-91.

3. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с., URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>

4. Іванечко Н., Оконський М. Управління продажами у сфері послуг. Галицький економічний вісник. 2023. Том 85. № 6. С. 158-162. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.06.167

5. Іванечко Неля. Професійні компетентності в управлінні продажами та у цифровому маркетингу. Нейромаркетинг, штучний інтелект та цифровий маркетинг: проблеми та перспективи: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених (м. Тернопіль, 26-27 травня 2023 року). Тернопіль: ЗУНУ, 2023. С. 87-90.