

К. С. Сороговец

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В ПОВЫШЕНИИ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ КОМПАНИИ

В цифровую эпоху компании, которые хотят получить конкурентное преимущество и повысить клиентоориентированность, должны использовать маркетинговые интернет-технологии. Появление данных технологий изменило способы взаимодействия компаний с потребителями, открывая новые возможности для повышения качества обслуживания клиентов. Цель исследования – изучить влияние маркетинговых интернет-технологий на уровень клиентоориентированности компании, а также определить наиболее эффективные инструменты для повышения лояльности потребителей.

Принимая во внимание интерпретацию современной концепции маркетинга, компании должны оперативно реагировать на изменяющиеся потребности своих клиентов. Активное использование интернет-технологии в реализации маркетинговых стратегий ведут к высокому уровню вовлеченности, удовлетворенности и лояльности клиентов. Одной из основных маркетинговых интернет-технологий является система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). CRM-системы позволяют компаниям эффективно вести продажи, собирать, систематизировать и получать доступ к данным о пользователях, включая контактные данные, историю покупок, предпочтения и взаимодействия, и хранить всю информацию о сделках в одном месте.

Оптимизация поисковой системы (SEO) является еще одной важной интернет-технологией, способствующей повышению клиентоориентированности. Благодаря SEO компании улучшают видимость и позиционирование своих веб-сайтов в выдаче поисковых систем, привлекая целевую аудиторию и предлагая им релевантный контент. Мобильный маркетинг, Email-мар-

кетинг, маркетинг в социальных сетях и контент-маркетинг позволяют взаимодействовать с пользователями на разных платформах и по разным каналам, делать им персонализированные предложения и поддерживать постоянную коммуникацию.

Перспективные направления развития этой области включают инвестирование в сбор и анализ данных для получения более подробной информации о потребителях, использование омниканального маркетинга для обеспечения непрерывного обслуживания клиентов, применение искусственного интеллекта для персонализированного взаимодействия, а также приоритизацию обратной связи с пользователями.

Таким образом, на основе проведенного исследования можно сделать вывод, что маркетинговые интернет-технологии играют важную роль в повышении клиентоориентированности компании. Предприятия могут создавать и поддерживать прочные отношения с потребителями и повышать лояльность к бренду, согласовывая стратегии с потребностями клиентов, эффективно используя цифровые инструменты и учитывая динамику рынка.