ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА КЛІЄНТСЬКА ОРІЄНТАЦІЯ В МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИЦІ

Нікуліна О.Ю., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту МФтаІТ
Науковий керівник - ст. викладач Максимова Ю.О.
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, м. Одеса

Проблема визначення маркетингу та логістики в Україні є надзвичайно актуальною, оскільки від цього залежить ефективність функціонування бізнесу. Зокрема, належна реалізація маркетингових стратегій та забезпечення клієнтської орієнтації має великий вплив на розвиток підприємств усіх вивів діяльності. В умовах жорсткої конкуренції на ринку, орієнтація на задоволення потреб споживачів є найбільш ефективним методом пошуку та утримання клієнтів. Вирішення проблеми визначення маркетингу та логістики та належне

врахування клієнтської орієнтації є необхідним для успішного функціонування бізнесу в Україні.

Слід зазначити, що не зважаючи на відмінність маркетинг та логістика сильно пов'язані одне з одним. Клієнти часто вимагають значної кількості товару за короткі проміжки часу та в специфічні місця. Ефективною роботою логістичної компанії можливо забезпечити швидку доставку, зменшення часу передачі товару та упакування в ефективний спосіб [1].

Ці дві галузі є двома важливими елементами у сучасному бізнесі. Особливості функціонування маркетингу полягають у розробці іміджу компанії, проведенні досліджень ринку, визначенні цільової аудиторії, розробці стратегії просування товарів та послуг на ринку, а також у взаємодії зі споживачами.

Однією з основних особливостей функціонування маркетингу є його клієнтська орієнтація. Маркетинг завжди повинен бути клієнто-орієнтованим у фокусі повинні бути потреби і бажання клієнтів. Знання свого клієнта та його більш детального розуміння дозволить розвивати ефективні маркетингові стратегії та продавати товар за максимально вигідними умовами [2]. Важливо зрозуміти, що орієнтація на потреби клієнтів повинна бути впроваджена не тільки у маркетингових підрозділах, а й у логістиці. Для цього необхідно організувати ефективну систему доставки товарів. Крім того, важливо забезпечити якісне зберігання товарів та їхню безпеку під час транспортування. Це забезпечить повне задоволення потреб клієнта і посилить лояльність до компанії.

Деякі українські компанії, такі як Allo.ua, Comfy, Rozetka, зосереджуються на наданні індивідуальних послуг та забезпеченні зручних і швидких способів зв'язку з клієнтами. Це робиться шляхом установлення спеціальної платформи для зв'язку з клієнтами, де вони можуть задавати питання, отримувати консультації, висловлювати свої скарги та пропозиції. Інші компанії, такі як Lifecell та Vodafone, активно пропонують рішення проблем клієнтів через технічну підтримку та безкоштовні номери, на яких клієнти можуть звертатися з будь-яких проблем.

Такі компанії як Nova Poshta та Ukrposhta, забезпечують високоякісну логістику з метою задоволення потреб клієнтів. Вони використовують різні способи доставки, такі як кур'єрська доставка та забір з пунктів самовивозу. Крім цього, вони пропонують технічні рішення, які дозволяють клієнтам відслідковувати статус доставки своїх товарів та отримувати повідомлення про оновлення. Це допомагає зменшити імовірність незадоволеності клієнтів та збільшити їх лояльність до компаній.

Можна зробити висновок, що маркетингові та логістичні підрозділи повинні сприятливо взаємодіяти для досягнення спільної мети задоволення потреб клієнтів. Орієнтація на задоволення потреб клієнтів повинна бути впроваджена не лише в маркетингових, а й у логістичних підрозділах, щоб забезпечити повне задоволення потреб клієнтів та посилити лояльність до компанії. Як показують приклади, компанії, які віддають перевагу клієнтській орієнтації, забезпечують високий рівень відомості про бренд та мають високий

рівень лояльності серед клієнтів. Саме ці розглянуті типи компаній є яскравим прикладом забезпечення маркетингової ефективності та ефективної логістики.

Література:

1. Marketing Logistics: Functions & Role in Fulfillment - Shiprocket Fulfillment [Electronic resource] // Shiprocket Fulfillment. – Mode of access: http://surl.li/gsjvh (date of access: 20.04.2023). – Title from screen.
2. A Relationship Between Logistics & Marketing [Electronic resource] // Small Business - Chron.com. – Mode of access: http://surl.li/gsjvd (date of access: 20.04.2023). – Title from screen.