

УДК 004.06

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ КОМПОНЕНТІВ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ОНЛАЙН ПОКУПКИ ПОБУТОВОЇ ТЕХНІКИ

*Руденко М.О., Колесник О.Б.*

*Харківський національний університет радіоелектроніки, Харків*

У наш час стає все більш популярним робити покупки через інтернет, так як це заощаджує купу часу. Для цього існує безліч сайтів, які пропонують до покупки товари на будь-який смак, до їх числа також входять інтернет-магазини побутової техніки.

У кожного, хто хоче відкрити інтернет-магазин або вже займається цим, виникає питання: як заохотити все більшу аудиторію людей відвідати сайт, купити якомога більше запропонованого на ньому товару та, тим самим, вплинути на успішність підприємства. Щоб це втілити у життя, потрібно провести розробку компонентів системи підтримки онлайн покупки побутової техніки.

На початку розробки потрібно визначити, яким користувачі хочуть бачити сайт, зробити аналіз потреб клієнтів та приділити найбільшу увагу найважливішим компонентам системи, таким як: зрозумілий інтерфейс сайту, простота пошуку потрібного товару, швидкість оформлення замовлень, зрозумілий та повний опис характеристик кожного товару та чат, де користувач зможе задати питання менеджеру.

Дизайн інтерфейсу є найважливішим компонентом системи. Увага відвідувачів повинна бути зосереджена на важливому. Має бути розроблено інтуїтивно зрозумілий інтерфейс – інтерфейс, який не потребує вказівок або навіть тривалого процесу проб і помилок, щоб зрозуміти їх. Ключем до інтуїтивно зрозумілого дизайну – є те, що люди вже знають [1].

Налаштування навігації по сайту є також дуже важливим компонентом. Навігація веб-сайтом дозволяє відвідувачам без проблем переходити з однієї сторінки на іншу. Існує багато типів навігації по сайту: бокові панелі, «хлібні крихти» (ієрархічні навігаційні посилання, які повідомляють, яка сторінка вкладена в іншу) або навігаційне меню. Якщо ця частина роботи була виконана правильно, то відвідувачі

заохочено будуть звертатися до сайту й обов'язково щось куплять [2].

Система оформлення замовленнями відіграє ключову роль у забезпеченні плавності операцій та задоволення клієнтів. Ця система має бути пов'язана з інтернет-магазином для автоматизованого та безпомилкового оброблення замовлень. Вона повинна збирати данні про замовлення та клієнтів. Такі як: назва та код товару, ім'я та прізвище клієнта, його номер телефона, спосіб доставки та вид оплати. Ця інформація допомагає уникнути непорозумінь, які можуть виникнути між споживачем та магазином, а також робити більш актуальні пропозиції для клієнтів [3].

Система відстеження стану замовлення також є важливою, так як клієнт повинен бачити, на якій стадії відправлення перебуває його покупка. Тобто етап замовлення (від прийняття до відправлення) повинен бути відстежуваний. Це дозволяє як клієнтам, так і персоналу точно визначати, де знаходиться кожен товар.

Також, одним з найголовніших компонентів є система безпеки зберігання даних. Організація безпеки даних клієнтів є важливим завданням для будь-якого інтернет-магазину. Захист конфіденційної інформації клієнтів не тільки сприяє дотриманню законодавства про захист персональних даних, але й зберігає престиж магазину та довіру споживачів.

Ще одним компонентом є система технічної підтримки. Дуже важливим є Надання докладної технічної інформації про всі товари, що допомагає клієнтам приймати обдумані рішення під час покупок. Також мусить бути організована система зв'язку покупця з технічним консультантом, або представником товару. Завдяки чату або зворотному зв'язку, користувач повинен мати змогу швидко отримати професійну допомогу у виборі товару. Така функція значно підвищує рівень магазину [4].

Ще один компонент, без аналізу, якого не вийде досягти найбільших показників популярності сайту – це система керування відносинами з клієнтами. Недостатньо, щоб веб-сайт був зрозумілим, його вміст також повинен бути актуальним. Знову ж таки, важливо знати своїх користувачів і чому вони відвідують ваш сайт. По-перше, треба почати з визначення того, які користувачі найбільше заходять на цей сайт, зокрема можна організувати реєстрацію на сайті під час якої запитувати про вік користувача. Це дасть змогу адаптувати спектр товарів, які пропонуються в магазині

під конкретну вікову категорію. По-друге, поспілкуватися з ними, щоб дізнатися, які цілі вони переслідують, відвідуючи сайт. Це реалізується за допомогою розміщення на сайті опитування або анкети, де клієнти можуть ділитися своїми потребами, вподобаннями та метою відвідування. Запитання можуть стосуватися їхніх поточних потреб, орієнтацій, та чого вони очікують від відвідування сайту. По-третє, потрібно з'ясувати користувальницькі сценарії, що демонструють, у яких ситуаціях люди відвідують сайт, щоб знайти, який контент подобається відвідувачам більше. Будь-яке дизайнерське рішення, яке приймається, має призвести до створення більш зручного веб-сайту для ваших користувачів.

Запровадження системи ведення звітності для оцінки ефективності своєї роботи, успішності просування та покращення взаємодії з клієнтами, інтернет-магазин повинен вести систематичну звітність. Аналізуючи різні метрики, можна буде зрозуміти, які результати приносять ваші дії і чи необхідно вносити корективи. Наприклад, виявити зменшення трафіку або визначити, що вартість замовлень є занадто високою або, що певний вид реклами не відповідає вашим потребам. Також можна за допомогою цієї системи сформувати звіти про поведінку користувачів на сайті. Побачити скільки людей натискають певну частину вашого веб-сайту. Розробити теплову карту, в якій використовується колірна температура, щоб було наочно видно, на що спрямовує увагу відвідувач. Після аналізу результатів проведених досліджень, можна виявити, наприклад, що ніхто не натискає посилання на панелі навігації. Після чого потрібно виявити, що це спричинило, можливо, користувачам не було зрозуміло, що гіпертекст є посиланням, або було створено занадто багато відволікаючих факторів під панеллю. Після аналізу всіх зроблених звітів, одразу стає зрозумілим, що є зайвим на сайті, а що потрібно додати або змінити.

Окрім приведених вище головних компонентів системи, також в інтернет-магазині можуть бути реалізовані й другорядні – це системи знижок та розіграшу подарункових сертифікатів серед клієнтів, система підписки на розсилку повідомлень про заходи у магазині, та багато іншого, що заохочує людей йти робити покупки саме до цього магазину.

Підсумовуючи все це, можна зробити висновок, що розробка компонентів системи підтримки онлайн покупки побутової техніки є дуже важливою та вимагає ретельного дослідження користувачів й ітераційного підходу, постійного тестування та вдосконалення для успішності бізнесу в цій галузі.

### **Література:**

1. S. Idler, 5 Key Principles Of Good Website Usability, 2021. [Он-лайн]. Доступно: <https://www.crazyegg.com/blog/principles-website-usability/>
2. C. R. Miller, Website Navigation: Tips, Examples and Best Practices, 2020. [Он-лайн]. Доступно: <https://www.crazyegg.com/blog/website-navigation/>
3. М. Селіщев, Як керувати інтернет-магазином, 2023. [Он-лайн]. Доступно: <https://horoshop.ua/ua/blog/how-to-manage-an-online-store/>
4. В. Липська, CRM системи для інтернет-магазину, 2019. [Он-лайн]. Доступно: [https://wezom.com.ua/ua/blog/dirizher-orkestra-v-biznese vazhnost-crm-sistemy-dlya-internet-magazina](https://wezom.com.ua/ua/blog/dirizher-orkestra-v-biznese-vazhnost-crm-sistemy-dlya-internet-magazina)