

ІНФОРМАЦІЙНА АНАЛІТИЧНА СИСТЕМА З ПРОДАЖУ ТА РЕМОНТУ ОБЛАДНАННЯ ТОВ “STINL”

Тищик О. П.

студент

Черкаського державного технологічного університету

м. Черкаси, Україна

Андрієнко В. О.

кандидат технічних наук,

доцент кафедри комп'ютерних наук та системного аналізу

Черкаського державного технологічного університету

м. Черкаси, Україна

В реаліях розвитку комп'ютерних технологій інформаційний простір став невід'ємною частиною життя кожної людини. Веб-ресурс для компанії – це її інформаційний центр, віртуальний офіс, що дозволяє подати відвідувачам ресурсу структуровані дані про діяльність компанії, її товари та послуги.

Перш ніж можливий покупець звернеться до вашого бренду або відвідає фізично, йому зручно зайти до інтернету та перевірити, що ви можете запропонувати. Чим більше інформації побачить клієнт тим краще.

За даними журналу Statistica, поточний відсоток роздрібного продажу в електронній комерції становить близько 18%. Це число зростає з кожним роком, і Statistica прогнозує, що воно досягне близько 20,5% у 2022 році та 24% у 2023 році. Враховуючи, що чверть населення світу в даний час купує в Інтернеті, ці прогнози здаються обґрунтованими і навіть трохи консервативними.

В даній роботі буде проаналізовано та наочно показано який інструментарій надає інформаційна система для:

- залучення та збільшення потоку клієнтів
- зручності обслуговування
- каналу комунікації для обміну інформацією
- популяризації бренду компанії
- формування позитивної ділової репутації

Метою доповіді є побудова інформаційної аналітичної системи, яка надасть доступ клієнтській базі до спектру товарів та послуг підприємства. Допоможе автоматизувати роботу як з клієнтами, так і з партнерськими організаціями. Покращить роботу маркетингово відділу та дозволить оптимізувати роботу внутрішніх підрозділів.

Література:

1. Журнал StatSoft.Statistica. 2021. №2. С. 11-12.
2. Jason F. T., David H. H. Rework Hardcover. Chicago. 2010. С. 18-35.