

Ліснича А.А.
слухач магістратури з менеджменту
Науковий керівник: к. політ. н. Жолонко Т.В.
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті
м. Кропивницький

МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ AMAZON: ГОТОВІ СТАНДАРТИ ДЛЯ КОНКУРЕНТІВ

Компанія Amazon є визнаним світовим лідером інтернет-продажів завдяки розробці та впровадженню власних ідей. Технологічний гігант успішно поєднує сучасні тенденції розвитку маркетингу та інноваційної економіки, які базуються на цифрових та інтерактивних технологіях і націлені на задоволення потреб як індивідуальних споживачів, так і на полегшення ведення та підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

З метою дослідження стандартоутворюючої ролі маркетингових технологій компанії Amazon на бізнес-середовище варто поділити їх на дві сфери застосування: 1) технології для ведення e-commerce самої компанії-гіганта; 2) маркетингові інновації в складі хмарних технологій AWS (Amazon Web Services), які надаються для користування компаніям.

Електронна комерція Amazon являє собою глобальну маркетингову систему, яка включає асоційовані технічні та бізнес-команди для ефективної комунікації з клієнтами через широку мережу каналів. Маркетингові служби створюють та працюють на платформах, які завдяки автоматизаційним процесам дозволяють спілкуватися з клієнтами з усього світу. Прикладами останніх технологічних розробок у сфері управління маркетингом компанії є складні механізми прийняття рішень щодо продажів, алгоритми сегментації на рівні клієнтів, багатоваріантні середовища тестування, налаштування повідомлень тощо. Спектр технічних та маркетингових рішень включає платну рекламу в пошукових системах, оптимізацію пошукових систем, рекламу в соціальних медіа та розробку продуктів, маркетинг електронної пошти та партнерських організацій, технологію інтеграції браузерів, аналітику пропозицій та заходів [2]. Використання різноманітних маркетингових можливостей та технологій на основі обробки даних надає можливість маркетологам та фахівцям з технологій запроваджувати масштабні інновації та впливати на життя мільйонів клієнтів у всьому світі.

Завдяки своїм технологічним проривам Amazon створює стандарти клієнтського досвіду та задає орієнтири для всіх компаній, які займаються електронною комерцією. Коли користувачі заходять на сайт будь-якої компанії, вони порівнюють її послуги з інноваційним та максимально персоналізованим сервісом технологічного гіганта. Так, запровадивши безкоштовну та швидку доставку товарів, Amazon підняла планку для всіх інтернет-магазинів, після чого сучасні користувачі очікують такої ж безкоштовної послуги від усіх ритейлерів, з якими взаємодіють. Для того, щоб бізнес-структури відповідали

сучасним стандартам клієнтського досвіду, встановлених компанією Amazon, і мали конкурентні переваги в своєму ринковому сегменті, їм доцільно дотримуватися наступних рекомендацій: орієнтуватися не лише на своїх прямих конкурентів, але звертати увагу на провідні технологічні компанії, з якими взаємодіє потенційний клієнт, перш за все, Amazon; особисто взаємодіяти з технологічним гігантом, який пропонує передовий досвід, щоб мати можливість вивчити його зсередини; слідкувати за останніми інноваціями і розвитком компанії Amazon; вибирати ті інноваційні стратегії, які здатні позитивно впливати на власний бізнес; трансформувати свої технології взаємодії з клієнтами, орієнтуючись на зразковий досвід компанії-гіганта.

Технології AWS – це понад 750 глобальних хмарних продуктів, які допомагають різним організаціям розвиватися швидше, знижувати витрати в сфері ІТ і забезпечувати масштабування. Серед них – технології, які дозволяють компаніям досягати конкурентних переваг на основі якісно нових маркетингових результатів в найширших масштабах. AWS допомагає компаніям справлятися практично з будь-якими хмарними робочими навантаженнями в області реклами і маркетингу, особливо в таких важливих областях, як аналіз даних, проведення ідентифікації, програмне управління рекламою, індивідуалізація, підтримання якості обслуговування і атрибуція. AWS забезпечує рекламним і маркетинговим компаніям технологічну перевагу, якого не можуть запропонувати інші постачальники хмарних рішень. Такий широкий вибір сервісів і додаткових функціональних можливостей (наприклад, в областях, пов'язаних з великими даними і машинним навчанням) недоступний на інших хмарних платформах [1]. Недорога інфраструктура хмарних сервісів є особливо корисною для запуску стартапів. Програма AWS Activate надає стартапам доступ до необхідних ресурсів для швидкого початку роботи, таких як навчання та технічна підтримка; допомогу з боку маркетингових кампаній; рекламні послуги та можливість продавати товари на amazon.com, якщо це потрібно. AWS стала спільнотою світового рівня, тому, приєднуючись до програми, клієнти отримують доступ до участі у популярному стартап-блззі Startups on Air та відвідування його щорічних конференцій. Деякі з найуспішніших у світі стартапів, такі як Uber, Airbnb, Lyft та Slack, починали свій розвиток з використання маркетингових технологій AWS [3].

Отже, маркетингові технології, які розробляються компанією Amazon і використовуються як всередині компанії, так і широко за її межами, слугують взірцем і готовими стандартами для бізнес-структур, забезпечуючи їм переваги у конкурентній боротьбі.

Список використаних джерел

1. Advertising & Marketing on AWS. [Online]. URL: https://aws.amazon.com/advertising-marketing/?nc1=h_ls&cards-body.sort-by=item.additionalFields.publishedDate&cards-body.sort-order=desc (дата звернення: 09.05.2020)
2. Kaur, Jaspreet & Wadera, Deepti. (2017). Affiliate marketing strategy of Amazon India. 10.4018/978-1-5225-2656-8.ch003.
3. Las nuevas tecnologías de Amazon y su apoyo a los emprendedores. Informa BTL. 06.01.2020. [Online]. URL: <https://www.informabtl.com/las-nuevas-tecnologias-de-amazon-y-su-apoyo-a-los-emprendedores/> (дата звернення: 09.05.2020).