

УДК 330

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ УСЛУГ В ЛОГИСТИКЕ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ  
УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КЛИЕНТОВ

PERSONALISATION OF SERVICES IN LOGISTICS TO INCREASE  
CUSTOMER SATISFACTION

Домино А.С.

Научный руководитель – Вакулич Н.А., старший преподаватель  
кафедры ЭТиЛ

Брестский государственный технический университет  
г. Брест, Беларусь

**anastasiadomino482@gmail.com**

Domino A.S.

Scientific supervisor – Vakulich N.A., senior lecturer of the Department  
of E&L

Brest State Technical University, Brest, Belarus

*Аннотация. В сегодняшнем быстро меняющемся бизнес-ландшафте успех компании зависит не только от качества ее продуктов или услуг, но и от клиентского опыта, который она предоставляет. Одним из важнейших аспектов этого клиентского опыта является логистика, сложный процесс перемещения продуктов от производителей к потребителям. Традиционные логистические модели были сосредоточены в первую очередь на эффективности и снижении затрат. Однако в эпоху персонализации и повышенных ожиданий клиентов сдвиг парадигмы в сторону клиентоориентированной логистики стал обязательным.*

*Abstract: In today's rapidly changing business landscape, a company's success depends not only on the quality of its products or services, but also on the customer experience it provides. One of the most important aspects of this customer experience is logistics, the complex process of moving products from producers to consumers. Traditional logistics models have focused primarily on efficiency and cost reduction. However, in an era of personalization and heightened customer expectations, a paradigm shift toward customer-centric logistics has become imperative.*

*Ключевые слова: логистика, обслуживание, персонализация услуг, технологии, удовлетворенность.*

*Key words: logistics, service, personalization of services, technology,*

*satisfaction.*

**Введение.** Клиентоориентированная логистика ставит клиента в центр каждого логистического решения и операции. Она направлена на согласование стратегий цепочки поставок с предпочтениями и ожиданиями клиентов, что приводит к улучшенному и индивидуальному опыту. Этот подход признает, что каждый клиент уникален, а его потребности и желания выходят за рамки простой доставки продукта. Он охватывает такие аспекты, как скорость доставки, удобство, гибкость, коммуникация и даже устойчивость [1].

**Основная часть.** Персонализация в логистике подразумевает настройку каждого шага процесса цепочки поставок для удовлетворения индивидуальных потребностей клиентов. Процесс начинается еще до совершения покупки, с персонализированных рекомендаций и предложений, основанных на истории просмотров клиента, его местоположении и предыдущих покупках. По мере того, как клиент переходит к совершению покупки, вступает в действие логистическая стратегия, предлагающая ряд персонализированных опций [3]:

1. Параметры доставки: клиенты могут выбирать из различных вариантов доставки в зависимости от своих предпочтений. Они могут включить доставку в тот же день, доставку на следующий день или определенные окна доставки. Например, услуга Amazon "Amazon Prime" предлагает подписчикам возможность получать свои заказы в течение нескольких часов.

2. Гибкость местоположения: некоторые клиенты могут предпочесть получать свои заказы в определенном месте, например, на рабочем месте или в ближайшем шкафике. Предоставление гибкости в местах доставки добавляет удобства для клиента.

3. Коммуникация: связь в режиме реального времени относительно статуса заказа, а также упреждающие уведомления о любых задержках или проблемах помогают управлять ожиданиями клиентов. Ссылки для отслеживания, оповещения о доставке и прямые каналы поддержки клиентов усиливают ощущение того, что вы хорошо информированы и о вас заботятся.

4. Персонализация упаковки: упаковка продукта также может быть адаптирована к предпочтениям клиентов. Бренды могут предложить такие опции, как экологичная упаковка, персонализированные записки или услуги по упаковке подарков, чтобы создать незабываемый опыт распаковки.

Управление ожиданиями клиентов является важнейшим компонентом клиентоориентированной логистики. Прозрачность и надежность играют решающую роль в обеспечении того, чтобы клиенты были не только удовлетворены, но и восхищены своим опытом [4]:

1. Реалистичные сроки поставки: предоставление точных сроков поставки не позволяет клиентам формировать нереалистичные ожидания. Недостаточные обещания и перевыполнение могут привести к приятным сюрпризам и укреплению доверия.

2. Четкая коммуникация: в случае каких-либо сбоев или задержек ключевым моментом является четкая и проактивная коммуникация. Клиенты ценят, когда их информируют о ситуации и любых шагах, которые предпринимаются для ее исправления.

3. Обработка возвратов и обменов: эффективный и беспроблемный процесс возврата и обмена не менее важен. Клиентоориентированный подход к логистике гарантирует, что процесс обратной логистики будет таким же гладким, как и первоначальная покупка, что способствует лояльности клиентов.

Реализация клиентоориентированной логистики в значительной степени зависит от технологий. Следующие технологии играют важную роль в создании бесперебойного и персонализированного логистического опыта [2,5]:

1. Аналитика данных: сбор и анализ данных о клиентах позволяет компаниям понимать индивидуальные предпочтения, предвидеть тенденции и соответствующим образом оптимизировать логистические стратегии.

2. Интернет вещей (IoT): устройства Интернета вещей, такие как GPS-трекеры и датчики, обеспечивают возможность отслеживания перемещения и состояния продукции в режиме реального времени, гарантируя прозрачность и подотчетность на протяжении всей цепочки поставок.

3. Искусственный интеллект (ИИ): алгоритмы на основе искусственного интеллекта помогают прогнозировать спрос, оптимизировать маршруты и проводить профилактическое обслуживание, повышая эффективность и точность логистических операций.

4. Блокчейн: технология блокчейн может повысить прозрачность и прослеживаемость, гарантируя подлинность и происхождение продукции, что особенно важно для таких отраслей, как производство

предметов роскоши и фармацевтика.

**Заключение.** В эпоху персонализированного опыта и повышенных ожиданий клиентов принятие клиентоориентированного подхода к логистике больше не является опцией, а необходимостью. Адаптируя логистические операции к индивидуальным предпочтениям, обеспечивая четкую коммуникацию и используя технологические достижения, компании могут создать отличительное конкурентное преимущество. Успешная клиентоориентированная логистика не только обеспечивает своевременные и точные поставки, но и способствует лояльности и поддержке клиентов, способствуя долгосрочному успеху бизнеса.

#### Литература

1. Медведева, Г. Б. Реализация цифровых технологий в логистических процессах: опыт и перспективы в Беларуси / Г. Б. Медведева, Л. А. Захарченко, О. А. Обуховская // Логистические системы в глобальной экономике [Электронный ресурс] : материалы XII Междунар. науч.-практ. конф., Красноярск, 31 марта–01 апр. 2022 г. : электрон. сб. / СибГУ им. М. Ф. Решетнева. – Красноярск, 2022. – № 12. – С. 185–188.

2. Шимчук Р.А. Использование концептуальных положений стратегического управления и теории инноваций в логистике // Теория и практика современной науки. – 2021. – № 3 – С/ 21-29/.

3. Вакулич, Н. А. Управление взаимоотношениями в логистике / Н. А. Вакулич. - Текст: непосредственный // Инновации: от теории к практике: коллективная монография / Министерство образования Республики Беларусь, Брестский областной исполнительный комитет, Брестский научно-технологический парк, Брестский государственный технический университет; под науч. ред.: А. М. Омелянюка [и др.]. - Брест: БрГТУ, 2019. - С. 203-208.

4. SendPulse / Обслуживание клиентов. [Электронный ресурс]. URL: <https://sendpulse.by/> (Дата обращения: 12.04.2024).

5. Чечетко, Н. О. Роль логистики в современном мире / Н. О. Чечетко, С. В. Дерепаско // Тенденции и технологии управления процессами и системами в современной экономике: Материалы II Всероссийской конференции, Орёл, 30 марта 2023 года / Редколлегия: И.Р. Ляпина [и др.]. – Орёл: Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева, 2023. – С. 481-485.

Представлено 12.11.2024