

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В КАСТОМИЗАЦИИ

Е. А. Жолнерчик

ГУО «Институт бизнеса

Белорусского Государственного университета», г. Минск;

liza.zholnerchyk@gmail.com;

науч. рук. – И. А. Добромудрова, ст. преп.

В статье рассмотрено использование современных цифровых инструментов в кастомизации потребительских товаров. Объект исследования – кастомизированные товары и их реклама. Целью данной работы является рассмотрение современных и актуальных способов рекламирования и продвижения кастомизированных товаров с помощью цифровых инструментов. В данной статье кастомизация рассматривается как инструмент для создания уникального торгового предложения фирмы, которое может выступать в том числе и конкурентным преимуществом перед компаниями-конкурентами. Также было выделено 4 основных цифровых инструмента, с помощью которых можно реализовывать кастомизированные товары в сети Интернет и социальных сетях. В статье понятие кастомизации рассматривается в отдельности от понятия персонализация, так как несмотря на схожесть понятий, между ними существуют существенные различия.

Ключевые слова: кастомизация; кастомизированные товары; реклама кастомизированных товаров; продвижение кастомизированных товаров.

Общее определение кастомизации – это действие по созданию или изменению продукта или услуги в соответствии с потребностями покупателя или пользователя [1].

Кастомизация может ассоциироваться с персонализацией, но между ними есть различия. При персонализации изменения иницируются компанией, при кастомизации – самим клиентом. Примером могут служить Facebook и Netflix. В Facebook пользователи могут самостоятельно настраивать новостную ленту (пример кастомизации). Netflix самостоятельно анализирует историю просмотров пользователей и на основании этого предлагает ему собственные рекомендации (пример персонализации).

Благодаря кастомизации были осуществлены многие инновации. Так, под её влиянием была придумана система «Choiceboard» – интерактивная система, где люди самостоятельно могут создавать товар или услугу, выбирая необходимые свойства. Примером может служить и сервис Garden.com, позволяющий потребителю самостоятельно проектировать садовый участок. Из 16.000 представленных растений клиент может выбрать вариант, в большей степени удовлетворяющий его потребностям, после чего компания оформляет доставку у одного из 50 поставщиков, устраивающего клиента [3; 4].

Число аналогичных компаний растет. Такие инновации еще больше ориентируют маркетинговую деятельность на более глубокую проработку вкусов потребителя, вовлекая его в деятельность компании.

Как сегодня можно продвигать кастомизированный товар?

1. С привлечением блоггеров, медийных личностей, лидеров мнений.

Например, сайт Vsemauki.ru активно ведёт работу с различными блоггерами на платформе YouTube: предоставляет им промокоды на продукцию, закупает рекламу у многих людей одновременно и т.д..

2. Используя социальные сети.

С помощью настройки таргетированной рекламы в социальных сетях можно продвигать кастомизированные товары своим непосредственным потребителям (рис. 1).



Рис. 1. Пример таргетированной рекламы в Instagram кастомизированной продукции

Источник: [5]

Примером грамотно выстроенного профиля с продажей кастомизированных товаров может служить профиль французской Longchamp в Instagram [6].

3. Официальный сайт/лендинг.

Так, немецкая компания PersonalNOVEL через веб-сайт производит и распространяет персонализированные книги, получая товар под заказ. Клиент выбирает жанр, указывает информацию о главных героях и пр., может напечатать свою фотографию и посвящение. Помимо прибыли, такой тип издательства обеспечивает эффективный процесс, избавляющий от запасов и традиционных книжных магазинов (рис. 3) [7; 8].

Попробуйте романы персонализации бесплатно!

Персонализируйте каждого человека в своем романе, указав его имя, внешность, место жительства и многое другое, и персонализируйте свой великий подарок с [посвящением](#). Настройте [подзаголовок](#), [обложку](#) и [шрифт](#) в соответствии с вашими потребностями. Это создаст уникальный и коллекционный предмет. Качественный подарок, которому все рады.

От 31,99 евро, включая НДС 7% плюс [стоимость доставки](#).

The screenshot shows a website interface for PersonalNOVEL. On the left, there is a form titled 'Бесплатный тест прямо сейчас!' (Free test now!). The form contains input fields for:

- Имя жены (Wife's name):
- Мужское имя (Male name):
- Ваш цвет волос (Your hair color):
- его цвет глаз (his eye color):
- место нахождения (Location):
- жанры (Genres):

 On the right, there is a preview of a book page. The text on the page is a personalized story snippet, mentioning characters like 'Анна' (Anna) and 'Саймон' (Simon), and locations like 'Мюнхен' (Munich). The text is in Russian and describes a scene where Anna is talking to a prosecutor named Simon.

Рис. 2. Сайт по персонализированной подборке книг PersonalNOVEL

Источник: [8]

Возвращаясь к примеру компании Longchamp, рассматривается возможность для клиентов самостоятельно «собрать» сумку определённой модели при помощи цифрового конструктора на сайте. Он не только выполняет техническую и сервисную функцию, но и рекламирует новые возможности компании. (рис. 4) [7; 9].

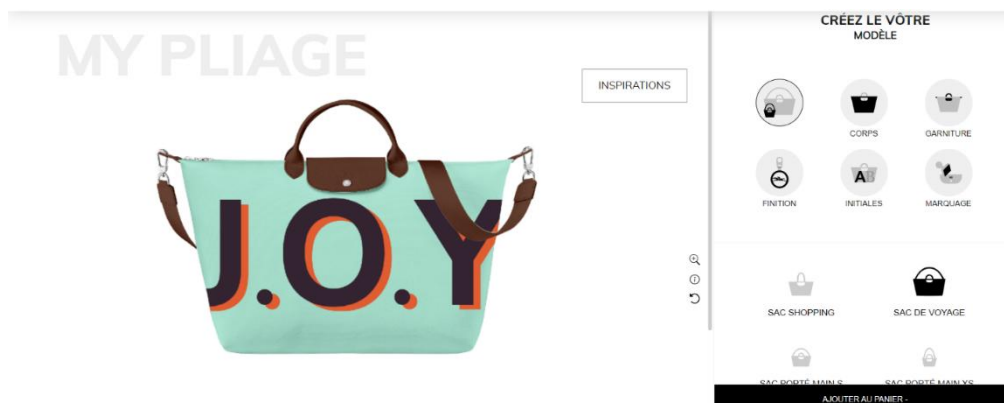


Рис. 3. Сайт Longchamp с кастомизацией сумок

Источник: [9]

4. Персонализация по электронной почте

В e-mail маркетинге такие приемы, как использование имени клиента, уже норма. Но сегодня при написании электронных писем акцент меняется на специфические данные учетной записи. Например, Grammarly в своей еженедельной e-mail рассылке прикрепляют анализ персонального аккаунта: полосы написания, продуктивности, общего количества написанных слов [10].

Эффективная персонализация рекламы подразумевает понимание вкусов и предпочтений пользователей на поведенческом уровне и показ им рекламных сообщений, которые они предпочитают [10].

В заключении хотелось бы отметить, что кастомизация может использоваться в товарной политике фирмы как инструмент продаж и реализовать цели и задачи продвижения товара: привлечение внимания, интерес, вовлечение в процесс создания товара и покупка. Вариативность продвижения кастомизированного продукта с использованием цифровых механизмов увеличивается, позволяя клиентам погружаться в процесс участия в создании продукта, формируя вовлеченность и лояльность. Безусловно, кастомизация возможна не всегда и не по всем продуктовым группам, однако ее возможности, в первую очередь в малом и среднем бизнесе, надо серьезно рассматривать как шанс формирования УТП и конкурентного преимущества.

Библиографические ссылки

1. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus [Электронный ресурс] // Cambridge Dictionary. – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/customization?q=customisation> – Дата доступа: 02.02.2022.
2. Marketing way «Кастомеризация» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketingway.ru/maws-751-1.html> – Дата доступа: 02.02.2022.
3. Кастомеризация как эволюция массовой кастомизации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30647116&> – Дата доступа: 02.02.2022.
4. Jerry Wind and Arvind Rangaswamy Customerization: the next revolution in mass customization» // Marketing Science Institute. – 2008. – 00 – 108.
5. Instagram-аккаунт бренда Street Cult [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.instagram.com/street_cult_studio/ – Дата доступа: 19.03.2022.
6. Instagram-аккаунт Longchamp [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.instagram.com/longchamp/> – Дата доступа: 19.03.2022.
7. Гассман О. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов / О. Гассман, К. Франкенберг, М. Шик – Издательство ООО «Альпина Паблишер», 2016. – 500 с., 207 ил.
8. Personalisierte Bücher – Das perfekte Geschenk für jeden Anlass! Verteile die Rollen, platziere dein Lieblingsfoto auf dem Cover und los gehts [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://personalnovel.de/> – Дата доступа: 20.03.2022.
9. My Pliage Signature [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.longchamp.com/fr/fr/mypliage> – Дата доступа: 20.03.2022.
10. Кастомизация и персонализация: в чем разница? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.affde.com/ru/customized-vs-personalized.html> – Дата доступа: 20.03.2022.