

3. Розвиток прецизійної медицини. Запровадження інноваційних технологій дає можливість реалізовувати індивідуалізовані підходи до лікування окремих пацієнтів, відносячи їх до певних підгруп. Завдяки наявності великих масивів даних можливо засобами машинного навчання ідентифікувати закономірності у симптомах та створити точні профілі пацієнтів. Відповідно, створюються передумови для підвищення ефективності персоналізованого лікування та зниження рівня смертності.

4. Проведення фармацевтичних досліджень у сфері лікування складних захворювань. Завдяки збору великих обсягів даних можливо реалізувати сучасні алгоритми машинного навчання щодо оцінювання ефективності медичних препаратів та потенціалу їх трансформації. Так, медичний стартап BERG Health займається розробкою ліків від раку, застосовуючи в процесі досліджень потужні методи Data Science. Перспективність окресленої методики пояснюється можливістю знаходження ефективних методів розробки ліків для широкої групи захворювань.

Література

1. Revolution in Health Care: How Will Data Science Impact Doctor–Patient Relationships? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2018.00099/full>

2. 7 Ways Data Science Is Reshaping Healthcare. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.altexsoft.com/blog/datascience/7-ways-data-science-is-reshaping-healthcare/>

УДК 339.1

Євсейцева О.С. науковий керівник к.е.н., доц.

Козелець О.В., студентка групи мГЗКМ-20

Київський національний університет технологій та дизайну

ЯК ДИЗАЙН САЙТУ ВПЛИВАЄ НА ЙОГО ПРОСУВАННЯ

Сайт - це маркетинговий інструмент та представництво компаній в інтернеті. Клієнт, потрапивши на сторінку, повинен легко і швидко знайти необхідну інформацію і залишити замовлення на товар, але для цього недостатньо привабливо складеної маркетингової пропозиції, сайт повинен викликати довіру і створювати враження надійної компанії. Продуманий дизайн сайту впливає на поведінку відвідувачів, має пряме відношення до ефективного SEO-просування, а, значить, до залучення клієнтів та зростання продажів. Більш того, в загальному контексті ресурсу, ваш продукт може бути представлений по-різному. Сайт потрібно зробити максимально зручним і зрозумілим. І в цьому випадку унікальність дизайну має вирішальне значення. Просування сайту - це комплекс заходів, спрямованих на:

- збільшення позицій сайту в пошукових системах;
- залучення цільової, тематичної аудиторії на сайт;
- підвищення відвідуваності сайту;
- конвертацію відвідувачів сайту в клієнтів (замовників, покупців);
- збільшення вартості бренду сайту;
- боротьбу з конкурентами сайту.

Всі ці та інші заходи, що впливають на просування сайту в підсумку повинні принести позитивний синергетичний ефект і сприяти розвитку сайту. Вплив дизайну на SEO тісно пов'язаний з юзабіліті онлайн-ресурсу, проте, незважаючи на це, не варто ототожнювати ці поняття - відмінностей між ними не менше, ніж подібностей.

Також слід враховувати питання, як пошукові системи оцінюють дизайн сайту. Варто згадати про те, що пошукові алгоритми працюють одночасно в двох напрямках: анти-спам і оптимізація.

Перший «знімає бали» з сайту за невідповідність вимогам, а другий, навпаки, нараховує бонуси за відповідність. За підсумкового результату сторінка отримує «вагу», яка прямо впливає на позицію в пошуковій видачі.

У міру появи позитивних характеристик (відвідуваності, глибини перегляду, позитивної поведінки на сайті) система оптимізації буде посилювати довіру до сайту, відкриваючи йому шлях в ТОП по низькочастотних запитах. Як тільки позитивних балів набереться достатня кількість, підозра буде знята і просування стане більш ефективним. Також слід враховувати фактори, за якими пошукові роботи підвищують рівень довіри до сайту:

- унікальний дизайн;
- тривалість сайту: часовий проміжок з моменту реєстрації домена;
- активність користувачів: чи читають вони тексти, роблять покупки, залишають коментарі, чи знаходять то, що шукали;
- взаємодія з соціальними мережами;
- дані з довідників і рекламних кабінетів в пошуковій мережі;
- вказівка контактних даних та номерів офіційної реєстрації підприємця / підприємства.

Щоб відвідувач інтернет-магазину залишив замовлення на товар, недостатньо привабливо складеної маркетингової пропозиції. Сайт повинен викликати довіру і створювати враження надійної компанії. Більш того, в загальному контексті ресурсу, ваш продукт може бути представлений по-різному.

Література

1. Ашманов І., Іванов А. Оптимізація і просування сайтів в пошукових системах. - СПб. : Пітер, 2013. - С. 400.

2. Ольшанська О. В. Сучасні аспекти когнітивістики в економічному розвитку / О. В. Ольшанська // Вісник Київського національного

університет технологій та дизайну. – 2014. – № 6 (81). – С. 78–82.

3. Севостьянов І.О. Пошукова оптимізація. Практичний посібник з просування сайту в Інтернеті. - СПб. : «Пітер», 2014. - 240 с.

УДК 339.1

Сова Р.О., аспірант,
Київський національний університет
технологій та дизайну

ВОРОНКА ПРОДАЖІВ ЯК АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Досвідчені підприємці приділяють багато часу створенню, аналізу і корекції воронки продажів, тому що це дозволяє зрозуміти, що саме відбувається на кожному етапі угоди і де можуть виникнути слабкі місця. Ефективним поєднанням у цій роботі є знання та уміння спеціалістів з маркетингу та дизайну. Іншими словами маркетинг - це здатність комунікації, а дизайн - це мова цієї самої комунікації.

У маркетингу існує таке поняття «воронка продажів» і спеціалістам у сфері дизайну розробляючи контент важливо його розуміти. Дизайн – це найшвидший спосіб донести повідомлення бренду. Сім секунд – стільки часу необхідно, щоб справити перше враження. Споживач спочатку оцінює візуальну частину комунікації, а потім вже копірайтинг.

Сенс застосування концепції воронки продажів полягає в тому, щоб визначити основні етапи прийняття рішення про купівлю, а потім побудувати спілкування з клієнтом з урахуванням його настрою і того, до яких рішень він вдався на кожному з етапів.

Воронка продажів — це аналітичний інструмент, який дозволяє зрозуміти, як ваш потенційний клієнт приходить до рішення про купівлю ваших товарів або послуг, якими мотивами він керується, здійснюючи її. Розуміючи всі ці кроки до купівлі, ви зможете контролювати поведінку клієнта, ненав'язливо стимулюючи його інтерес і спонукаючи до купівлі. Слово "воронка" не просто вдала метафора, адже якщо зобразити це явище графічно, воно дійсно нагадуватиме воронку або перевернуту піраміду — кому як більше подобається.



Рис.1 Воронка продажів