

# **КЛІЄНТ-СЕРВЕРНА СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПОКУПОК КОРИСТУВАЧІВ ЧЕРЕЗ ВИКОРИСТАННЯ БОНУСНИХ ЗАОХОЧЕНЬ**

Вінницький національний технічний університет

## **Анотація**

*У статті розглянуто проблематику реалізації системи мотивації покупок користувачів через використання бонусних заохочень.*

**Ключові слова:** клієнт-серверна система, web-інтерфейс, таргетування, мотивація покупок.

## **Abstract**

*The article deals with the implementation of the system of purchase motivation using bonus encouragement.*

**Keywords:** client-server system, web-interface, targeting, purchase motivation.

## **Вступ**

Завдяки стрімкому розвитку новітніх технологій та підвищення їх ролі у повсякденному житті людей усе більшого поширення набувають Інтернет-сервіси.

Перевагою такого виду послуг є те, що на вибір товару та здійснення покупки людині потрібно витратити мінімум часу та зусиль. Досить зручно здійснювати покупки у будь-який час та маючи лише доступ до мережі Інтернет.

Ще однією великою перевагою Інтернет-сервісів є можливість підвищення рівню продажів шляхом впровадження системи мотивації покупок. На відміну від традиційних магазинів в Інтернет-магазинах є можливість показувати лише ті товари, які можуть бути цікавими потенційним покупцям, що робить такі магазини більш конкурентоспроможними.

## **Постановка задачі**

Однією з найважливіших задач є визначення пріоритетних для певних груп людей категорій товарів та послуг. Надзвичайно важливо розподілити усю сукупність товарів та послуг на категорії, які будуть цікавими для певної групи людей.

Ще однією важливою задачею є розподіл людей на групи, для яких будуть формуватися таргетовані пропозиції. Розподіл людей потрібно здійснювати за певними спільними ознаками, такими як вік, стать, соціальна приналежність, місце проживання, особисті вподобання, тощо[1].

## **Перспектива роботи**

Перспектива використання системи мотивації покупок користувачів - це охоплення максимально великої кількості користувачів шляхом застосування налагодженого механізму таргетованих пропозицій, що в свою чергу сприятиме збільшенню прибутковості Інтернет-магазину, не потребуючи на це додаткових ресурсів на рекламу.

## **Результати**

В процесі реалізації було розроблено клієнт-серверну систему мотивації покупок користувачів через використання бонусних заохочень. Дана система складається з трьох частин: мобільний додаток, серверна частина та панель адміністрування[2].

Мобільний додаток призначений для кінцевих користувачів, і у ньому відображаються товари та послуги різних бізнесів. За допомогою додатку можна здійснювати покупки. Процес розділення користувачів на категорії для таргетування відбувається ще при першому запуску додатка, адже користувачам одразу пропонується вибрати товари і послуги, які їх цікавлять найбільше.

Серверна частина являється сховищем усієї інформації про товари, користувачів та пропозиції. Саме тут розташована уся логіка, яка відповідає за таргетування. Профіль кожного користувача містить у собі набір параметрів - таких як стать, вік, соціальна приналежність. Відповідно до цих параметрів формуються списки товарів та пропозицій, які будуть продемонстровані користувачам у мобільному додатку.

Адміністративна панель є системою контент-менеджменту і призначена для власників та менеджерів бізнесів. За допомогою неї можна вносити, видаляти та редагувати дані. Основні розділи адміністративної панелі – список бізнесів, товарів та замовлень. Також можна переглядати статистику по кожній пропозиції[3].

Практичні результати роботи були впроваджені в виробничу діяльність компанії «Кварк – Консалтинг», що підтверджується відповідним актом впровадження.

### Висновки

В даній роботі було розроблено клієнт-серверну систему мотивації покупок користувачів через використання бонусних заохочень та впроваджено таргетовані пропозиції товарів та послуг. Було розроблено мобільний додаток, логіку таргетування та систему контент-менеджменту.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Виды таргетированной рекламы и её преимущества для бизнеса. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.demis.ru/articles/kak-rabotaet-targetirovannaya-reklama/>, вільний.
2. Sapp M. Front-end Web Developer / M. Sapp: Addison-Wesley Professional, 2018. - 250 с.
3. Y. Fain. Angular Development with Typescript / Y. Fain, A. Moiseev: Packt Publishing, 2018. – 560 с.

**Михайло Сергійович Лісовий** — студент групи ІСІ-156, факультет комп'ютерних систем та автоматики, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: [mishalisovyi@gmail.com](mailto:mishalisovyi@gmail.com).

Науковий керівник: **Володимир Юрійович Коцюбинський** — к.т.н., доцент, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

**Lisovyi Mykhaylo S.** — Faculty of computer systems and automation, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia, e-mail: [mishalisovyi@gmail.com](mailto:mishalisovyi@gmail.com).

Supervisor: **Kotsiubynskyi Volodymyr Y.** — Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia