

ВИКОРИСТАННЯ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ДАНИХ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Візуалізація даних в маркетинговій діяльності дозволяє допомогти відобразити дані якісно і креативно, щоб підтвердити рішення про маркетингову стратегію та прогнозувати подальший ріст. Вона може бути використана для візуалізації даних, пов'язаних з рекламою та маркетинговими активами, такими як рекламні кампанії, результати тестів, продажі, дослідження ринку та відгуки клієнтів. Візуалізація даних може допомогти підготувати презентації, які підкреслять важливі точки зору і об'єднують в зрозумілі дані для зручного аналізу зображення. Також візуалізація даних допоможе донести до споживачів інформацію, що є доступною, а також допомогти виявити паттерни та тренди, які можуть бути використані для покращення маркетингової кампанії.

Візуалізація даних допомагає сприймати та запам'ятовувати інформацію тому що, візуальні образи сприймаються ефективніше, ніж текстова або ж інформація у звичайному табличному вигляді, котра інколи сприймається досить незрозумілою та заважкою для зосередження на важливих показниках у великих масивах інформаційної частини даних.

Численні дослідження підтверджують, що:

- 90 % інформації людина сприймає через зір;
- 70 % сенсорних рецепторів знаходяться в очах;
- близько половини нейронів головного мозку людини задіяні в обробці візуальної інформації;
- на 17 % вище продуктивність людини, що працює з візуальною інформацією;
- на 4,5 % краще згадуються деталі візуальної інформації;
- в 60 000 разів швидше сприймається візуальна інформація порівняно з текстовою;
- людина запам'ятовує 10 % із почутого, 20 % – з побаченого і 80 % – із побаченого і зробленого;
- людина виконує інструкцію на 323 % краще, якщо вона містить ілюстрації.

Очевидно, що людина схильна обробляти саме візуальну інформацію. Крім прекрасної обробки нашим мозком, візуалізація даних має кілька переваг:

- акцентування уваги на різних аспектах даних;
- аналіз великого набору даних зі складною структурою;
- зменшення інформаційного перевантаження людини і утримування його уваги;
- однозначність і ясність виведених даних;
- виділення взаємозв'язків і відношень, що містяться в інформації. [3]

Серед поширених способів візуалізації даних, котрі досліджуються науковцями у даному напрямку, виділяють наступні: графіки, діаграми, інфографіка, схеми, інтерактивний сторітеллінг, бізнес-аналітика, карти і картограми.

Розглядаючи питання візуалізації даних та інфографіки, слід розуміти їх істотну відмінність. Дані в графічному вигляді – це візуалізація, а наявність інтерпретації цих даних робить візуалізацію інфографікою [3].

Інструменти візуалізації даних в маркетинговій діяльності включають такі як діаграми, графіки, діаграми розподілу, діаграми послідовності, гістограми, карти, таблиці, інтерактивні діаграми та інтерактивні візуалізації. Ці інструменти допомагають маркетологам зрозуміти поточні тренди на ринку, порівняти конкурентів, визначити точки продажу та розподіл джерел клієнтів. Вони також допомагають дослідити ціноутворення, прогнозувати результати рекламних кампаній та поставити стратегію продажу.

Візуальна інформація привертає більше уваги аудиторії та легше сприймається. За допомогою наочних графіків і дашбордів можна зробити зрозумілими навіть складні набори

даних. Інструменти візуалізації, такі як Tableau, Google Data Studio, Power BI, допомагають перетворити складні дані в приголомшливі діаграми та звіти, які можна легко використовувати у вашій організації. [4]

У маркетингу важливо приймати рішення на основі повних та актуальних даних, щоб швидше досягати цілей та впевнено масштабувати результати, тому моніторинг якісно візуалізованої інформації допоможе бачити слабкі місця та своєчасно їх зміцнювати.

Використання аналітичних дашбордів дозволяє візуалізувати маркетинг, а саме ефективніше обробляти дані, створювати візуальні звіти, які допоможуть зрозуміти, на чому потрібно акцентувати увагу та відслідковувати всі показники та їх динаміку в реальному часі.

Дашборд – це інтерактивна інформаційна панель, яка наочно представляє, візуалізує, пояснює та аналізує дані. У маркетингу дашборди містять статистичні показники щодо відвідуваності сайту, трафіку із соцмереж та інших каналів, витрат на рекламу, конверсії, заявок, а також – аналітичні дані щодо ефективності джерел трафіку, рекламних кампаній та маркетингових активностей. Таким чином, дашборд дозволяє створити просту систему зі складних та розрізнених звітів та даних.

До цілей дашборду відносять:

- Відстеження метрик виробництва продукції.
- Контроль фінансових показників.
- Забезпечення моніторингу частоти та ланцюжка продажів.
- Оцінка маркетингових показників;
- Аналітика соціальних мереж.
- Контроль зайнятості персоналу та KPI.
- Аналіз бізнес-процесів продажу.
- Визначення причин фінансових проблем.
- Відстеження виконання SLA-підрозділів.
- Оцінка ефективності працівників.
- Підвищення ефективності підготовки звітів та інші. [2]

Окрім наведених вище інструментів візуалізації даних, існує досить великий перелік інших інструментів, завдяки яким можна креативно та ефективно визначити головний контекст із зібраної інформації з різних сторін:

1. Платформа Visme (<https://www.visme.co/>) призначена для створення презентацій, анімацій, банерів, інфографіки, звітів, форм і іншого візуального контенту. Програма містить багато безкоштовних шаблонів для інфографіки, а також сотні безкоштовних зображень, що зроблять презентацію яскравою та цікавою. Основні функції доступні в безкоштовному режимі, можна також скористатися розширеними платними пропозиціями. Особливостями даної платформи є: шаблони презентацій, банерів та інфографіки; перенесення контенту з Flickr, підтримка відео і аудіо; налаштування іконок, стилів і шрифтів; брендування контенту та можливість налаштувати конфіденційність; віджети діаграм та інфографіки; приватні і публічні проекти, спільна робота тощо.

2. За допомогою Google Charts (<https://developers.google.com/chart/>) можна створити такі види візуалізації: лінійний графік; гістограму, діаграму Венна, бульбашкову, пелюсткову і кругову діаграми; Японські свічки; QR-код; карту; формулу; граф.

3. Canva (<https://www.canva.com/>) – онлайн-інструмент «швидкої дизайнерської допомоги» з інтуїтивним інтерфейсом. Можна використовувати багатосторінкові шаблони та видозмінювати їх за допомогою бібліотеки графічних елементів. Приємний бонус: скачування готових проектів у розширенні PNG або PDF доступне навіть у безкоштовній версії.

4. Piktochart (<https://piktochart.com/>) – ефективний інструмент для створення інфографіки, яку треба швидко використати чи поширити в інтернеті. Готовим продуктом можна легко поділитися в соціальних мережах або пов'язаних додатках, наприклад, Evernote

та Slideshare. Piktochart пропонує безкоштовне використання та знижки для освітніх проєктів на преміум-підписку.

5. Venngage (<https://venngage.com/>) – сервіс для створення звітів, плакатів, афіш та інфографіки за допомогою перетягування елементів шаблону. Є конкретні заготовки для карт, графіків, порівняльних таблиць. Інфографіку можна оформити самостійно, обираючи картинки, іконки або логотипи. Щоб скачати проєкт у PNG або PDF або поширити його у соцмережах, треба зареєструвати платний профіль, однак звичайна URL-публікація проєкту в інтернеті є цілком безкоштовною. [1]

Отже, використання візуалізації даних дозволить маркетологам на основі доступних даних бачити клієнтські тренди, зрозуміти тенденції у поведінці покупців та прийняти оптимальні рішення щодо продуктів і реклами. Візуалізація даних допоможе ефективно планувати рекламну кампанію і вивчати результати перед тим, як продовжувати, а також детально дослідити покупців та їх поведінку. Таким чином, це забезпечить фахівцям маркетингової діяльності можливість прийняти більш досконалі рішення щодо того, яким чином розмістити та продати продукт або послугу.

Список використаних джерел

1. Засоби візуалізації. URL: <https://ceit-blog.ucu.edu.ua/resursy/tsyfrovii-instrumenty/zasoby-vizualizatsiyi/>
2. Зручні інструменти для роботи з даними або як полегшити життя маркетологу. URL: <https://ain.ua/2022/01/31/zruchni-instrumenty-dlya-roboty-z-danymy-abo-yak-polegshyty-zhyttya-marketologu/>
3. Муляр В.П. Візуалізація даних та інфографіка. Харків: ФОП Панов А. М. 2020. 200 с.
4. Як використовувати інструменти візуалізації даних для маркетингових звітів. URL: <https://blog.uamaster.com/how-to-use-visualisation-in-marketing-reports/>

Вечірко О.Г.

*Викладач кафедри гуманітарних, економічних
та фінансово-облікових дисциплін
Вінницький кооперативний інститут*

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Реалії ринкових відносин господарювання, реформування у сфері економічних відносин Україна, як держава потребує підготовки висококваліфікованих, економічно освічених кадрів для найрізноманітніших сфер державного управління та ефективного функціонування.

Україна відноситься до енергодефіцитних країн і задовольняє свої паливно-енергетичні потреби за рахунок власних ресурсів менш ніж на 50%. В умовах постійно зростаючих цін на паливно-енергетичні ресурси, дефіциту коштів у державному, обласному та муніципальному бюджетах країни особливої актуальності набуває енергетичний менеджмент – управління та оптимізація енергоспоживання і витрат на енергоносії. Визнання важливості енергії як ресурсу, який вимагає такого ж менеджменту, як і будь-який дорогий виробничий продукт, є першим кроком до підвищення енергетичної та екологічної ефективності.

Енергетичний менеджмент – це постійно діюча система управління енергоспоживанням, яка дає змогу оптимізувати обсяги енерговитрат, прогнозувати і контролювати процеси вироблення, транспортування та використання необхідної кількості енергоресурсів для забезпечення ефективної господарської діяльності об'єктів [1].

Як свідчить досвід європейських країн, впровадження політики енергоефективності потребує змін на рівні управлінських рішень шляхом впровадження систем енергетичного