



softconsulting

Autor: Lejla Softić, dipl.oec.¹

Značaj inovacija za kreiranje digitalnog korisničkog iskustva

" Iskustvo je najbolji učitelj." – Ciceron

Suvremeni kupci imaju sve veća očekivanja od brendova. U [iskustvenoj ekonomiji](#) preduzeća koja žele omogućiti jedinstveno digitalno iskustvo svojim kupcima potrebno je da prate i primjenjuju digitalne marketing trendove. Da li će preduzeće primjenjivati inovativne alate digitalnog marketinga ili ne, može bitno uticati na stepen (ne)zadovoljstva i lojalnosti kupaca. Dosljednost preduzeća u primjeni inovacija ključna je za kreiranje i kontinuirano unapređivanje digitalnog korisničkog iskustva.

Šta je digitalno korisničko iskustvo?

Digitalno korisničko iskustvo (engl. Digital Customer Experience - DCX) je sveukupnost digitalnih interakcija između kupca i preduzeća (brenda), koje za rezultat ima određeni dojam kupaca o preduzeću (brendu). Pri tome je potrebno da preduzeće razumije kako kupci komuniciraju sa brendom putem digitalnih alata i pronade način da kreira emocionalnu vezu sa kupcima pomoću njihovih 'pametnih' uređaja, kako bi od kupaca pravovremeno dobilo povratne informacije i tako unaprijedilo njihovo digitalno korisničko iskustvo. Upravljanje digitalnim korisničkim iskustvom podrazumijeva napredne usluge i optimizaciju back-office procesa u preduzeću, koji u konačnici trebaju biti od koristi kupcima, na način da im se brend obraća osobno, što uključuje personalizirane e-poruke i biltene, te preporuke proizvoda i/ili usluga koje su formulirane iz njihovih prethodnih kupovina.



Inovacije: konvencionalno vs. digitalno poslovanje

Inovacije su podjednako važne za konvencionalno i digitalno poslovanje. Disruptivne inovacije, na suvremenom tržištu, nastaju upravo zahvaljujući primjeni digitalnih tehnologija. U kojem obimu će preduzeća odnosno pojedine privredne grane koristiti prednosti inovativnih digitalnih alata, zavisi i dinamika transformacije njihovog poslovanja iz konvencionalnog u digitalno poslovanje. Tako npr. bankarska industrija ubrzano koristi [disruptivne inovacije](#), kako bi unaprijedila jedinstveno digitalno iskustvo korisnicima svojih usluga. Jedna od inovacija u bankarskoj industriji, pri upravljanju digitalnim korisničkim iskustvom, je primjena [chatbota kao suvremenog komunikacijskog alata digitalnog bankarstva](#).

Najbolje prakse iz bankarske industrije, sa ciljem transformacije konvencionalnog u digitalno poslovanje, mogu se uspješno koristiti i u ostalim privrednim granama: od maloprodaje - kao primjera za konvencionalno poslovanje, koja još uvijek nije ovladala sa npr. webshop alatima kako bi unaprijedila digitalno iskustvo kupcima na domicilnom tržištu, do IT industrije - kao primjera za

¹ SoftConsulting s.p. Tuzla, Trg slobode 16 (BIT Centar), 750000 Tuzla, e-mail: lejla.softic@savjetnik.ba

Izvor za sliku: <https://pixabay.com/photos/artificial-intelligence-technology-3262753/>



softconsulting

digitalni koncept poslovanja, koja u nedovoljnom obimu primjenjuje vlastita znanja i kompetencije iz oblasti ICT-a za unapređenje digitalnog korisničkog iskustva odnosno digitalni marketing.

Zašto su inovacije važne za kreiranje digitalnog korisničkog iskustva?

Digitalni alati omogućavaju da i relativno 'malo' preduzeće, ukoliko može obezbjediti jedinstveno digitalno korisničko iskustvo, djeluje ne samo na nacionalnom, nego i na globalnom tržištu. Pri tome su inovacije veoma važne za kreiranje digitalnog korisničkog iskustva, jer omogućavaju preduzeću da potpunije zadovoljava potrebe svojih kupaca odnosno proširuje vlastito poslovanje na nove segmente kupaca, čije tržišne potrebe ranije nije zadovoljavalo sa svojim proizvodima i/ili uslugama.

Kreiranje digitalnog korisničkog iskustva, zasnovanog na inovacijama, znači da je preduzeće pravovremeno prepoznalo potrebe određenog tržišnog segmenta kupaca i prije ostalih tržišnih aktera, primjenom digitalnih alata, počelo da uspješno zadovoljava iste. U trenutku kada inovacije prepoznaju i ostali tržišni akteri (konkurenti i/ili poslovni partneri preduzeća), i iste koriste u vlastitom poslovanju, na (digitalnom) tržištu počinje da se kreira sve veći broj novih inovacija, koje nadalje unapređuju digitalno korisničko iskustvo, ali u većem obimu. Kreirano digitalno korisničko iskustvo postaje standard poslovanja, a svaka naredna inovacija će mijenjati uspostavljene trenutne poslovne standarde. Na taj način kontinuirano se vrši unapređenje kvaliteta usluživanja kupaca, sa konačnim ciljem da se kreira jedinstveno i personalizirano digitalno korisničko iskustvo.

Povratna sprega inovacija i digitalnog korisničkog iskustva

Inovacije najčešće nastaju kao rezultat istraživanja nezadovoljenih potreba kupaca sa ciljem njihovog kvalitetnijeg zadovoljavanja. Kada je kreirano inicijalno digitalno korisničko iskustvo preduzeće je u mogućnosti brže prikupiti povratne informacije od kupaca odnosno vršiti dubinsko istraživanje nezadovoljenih potreba kupaca, ali i njihovih trenutnih kupovnih navika, kako bi unaprijedilo vlastito poslovanje odnosno kreiralo nove inovacije.

Digitalni alati, jer omogućavaju prikupljanje i obradu velikih količina podataka, pomažu preduzeću da kroz detaljnu analizu digitalnog korisničkog iskustva kvalitetnije spozna kupovne navike kupaca, a zatim inovira postojeće procese za upravljanje odnosima sa kupcima. Na taj način preduzeće vrši nadogradnju trenutnog digitalnog korisničkog iskustva i kreira dodatne mogućnosti koje kupci još uvijek ne mogu zamisliti. Stoga je veoma važna povratna sprega inovacija i digitalnog korisničkog iskustva, jer bez inovacija nema 'novog' digitalnog korisničkog iskustva, ali i bez inicijalnog digitalnog korisničkog iskustva kreiranje inovacija ostaje uskraćeno za bitne informacije o potrebama i ponašanjima kupaca, što usporava njihovo kreiranje odnosno nastanak 'novih' inovacija.

Zaključak

Svjedoci smo pojave sve većeg obima disruptivnih inovacija na digitalnom tržištu. Digitalna disrupcija postaje jedna od osnovnih karakteristika digitalne ekonomije. Suvremeni kupci očekuju da iskuse različite prednosti koje im pružaju digitalne tehnologije.

Da li će preduzeće koristiti prednosti digitalnih tehnologija za kreiranje inovacija u vlastitom poslovanju ili neće, zavisi prvenstveno od zabrane marketing strategije i ulaganja u dugoročne odnose sa trenutnim i 'novim' kupcima. Nove generacije kupaca, koje su rođene u posljednjih par decenija, digitalno su osvještene i očekuju od preduzeća da im obezbjede odgovarajuće digitalno korisničko iskustvo. Stoga su [inteligentni virtualni asistenti](#) i [roboti](#) samo još jedna u nizu inovacija koje ćemo, u godinama koje su pred nama, imati sve više prisutne kao jedan od marketing komunikacijskih standarda, pri kreiranju digitalnog korisničkog iskustva.