

Летіція Брігіт Гомес-Піно, Карла Стефані Уертас-Вілка, Омар Фабріціо Магінья-Ріверо, Франклін Кордова-Буїза

Лояльність клієнтів та адміністративне управління електронною комерцією в телекомунікаційному секторі Латинської Америки

Управління бізнесом відіграє вирішальну роль для позиціонування бренду, використовуючи цифровізацію процесів та стратегій для залучення клієнтів, особливо під час пандемії Covid-19. Метою цього дослідження є виявлення дій, здійснюваних адміністративним керівництвом міжнародних корпорацій щодо інвестування в електронну комерцію та підвищення лояльності споживачів. Вибірка охоплювала провідні телекомунікаційні компанії, такі як O Globo, Claro та Tigo, згідно з рейтингом Katana. Була застосована якісна неекспериментальна методика, що ґрунтується на документальному аналізі річних звітів. У результаті аналізу було встановлено, що 54 % інвестицій в управління бізнесом були спрямовані на залучення клієнтів за допомогою стратегій електронної комерції, що ґрунтуються на комунікаційній політиці організації. Крім того, 57 % інвестицій спрямовується на розроблення маркетингових планів через офіційні вебсайти. 54 % заохочень зосереджено на спеціальних пропозиціях, пов'язаних із пам'ятними датами. З іншого боку, 61 % вказує на важливість визнання досвіду цифрових покупок. Нарешті, 47 % інвестицій спрямовано на зміцнення процесів, що гарантують дотримання вимог придатності. На закінчення, бізнес-стратегії, запропоновані для просування електронної комерції та лояльності споживачів, змогли сприяти цифровій трансформації в довгостроковій перспективі, оскільки адміністративне управління зосереджено на задоволенні клієнтів та залучення нових покупців, що необхідно для досягнення бізнес-успіху в цифрову епоху.

Ключові слова: цифрова трансформація, стратегії утримання, споживачі, операційна ефективність, стратегічне управління, досвід клієнтів

Класифікація JEL: D11, M31, L96



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.