

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ В СТРАТЕГІЯХ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ СЛУЖБИ КРОВІ

Хоменко Л.М.,

аспірантка кафедри маркетингу, ННІ ФЕМ імені Олега Балацького,
Сумський державний університет

Сагер Л.Ю.,

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу,
ННІ ФЕМ імені Олега Балацького, Сумський державний університет

Любчак В.В.

кандидат медичних наук, асистент кафедри громадського здоров'я,
Медичний інститут, Сумський державний університет

Ключові слова: мобільний додаток, бренд, утримання донорів, просування донорства, маркетинг в службі крові.

Служба крові – одна зі стратегічно важливих галузей охорони здоров'я, яка рятує сотні тисяч життів щорічно у світі. Для створення надійної основи безпечного донорства крові необхідний довгостроковий підхід із використанням ефективної маркетингової програми щодо утримання існуючих добровільних донорів.

В результаті аналізу маркетингової діяльності служб крові країн із високим рівнем розвитку, виявлено, що більше 60% маркетингових зусиль в діяльності закладів служби крові направлені на утримання існуючих донорів, що можливо лише за наявності чіткої та ефективної бренд-стратегії.

Одним із ефективних інструментів формування стратегії бренд-менеджменту, що сприяє забезпеченню лояльності споживача до компанії та її продуктів і посилює довіру споживача, є мобільний додаток. Він дозволяє зробити товар чи послугу більш цікавими для цільової аудиторії, спрощує процес отримання інформації та сприяє покращенню поінформованості про бренд.

Слід зазначити, що в Україні обрана для аналізу сфера малорозвинена, результатом чого є незначна кількість споживачів та фактична відсутність брендів у галузі. Враховуючи вищезазначене, було проведено дослідження з метою розроблення мобільного додатку для закладів служби крові, що дозволить взаємодіяти з донорами крові та сприятиме підвищенню їх рівня лояльності. Відповідно до розгляду були залучені найбільш популярні мобільні додатки в службах крові світу на платформі Android з кількістю завантажень більше 10 тис.

В результаті аналізу 50 додатків для служби крові світу за даними [1,2] було виділено 6 мобільних додатків, які найбільш активно використовуються: Blood Donor (США), Служба крові (Росія), Simply Blood - Find Blood Donor, BloodLine - Blood Bank App BD (Бангладеш), Nithra Blood Donor, Blood Friends - Blood Donor App (Індія). Критерій відбору – кількість завантажень не менше 10 тис.

Було проаналізовано основні функціональні параметри та можливості обраних мобільних додатків, порівняльна характеристика яких наведена в табл. 1.

Таблиця 1 - Функціональні параметри додатків в службі крові

Назва	Blood Donor	Служба крові	Simply Blood	BloodLine	Nithra Blood Donor	Blood Friends
Кількість установок, тис.	500	100	50	10	10	10
Пошук найближчого центру крові	+		+		+	+
Планування донацій	+	+	+	+		
Нагадування про «зустріч»	+	+		+		
Управління контактами	+		+			+
Відслідковування минулих донацій	+		+			
Повідомлення про дефіцит крові	+					
Можливість зробити селфі під час донації	+					
Взаємодія з соцмережами	+		+			
Запрошення друзів	+		+	+	+	
Заробляння балів	+					
Отримання медичних та лабораторних досліджень		+				
Онлайн-консультація спеціалістів, чат, гаряча лінія		+		+		+
Участь у акціях		+				
Пошук донорів			+	+	+	+
Інформація про донорство				+		

Таким чином, враховуючи наведені вище додатки та досвід Бразилії [3] при розробці мобільного додатку для закладів служби крові України рекомендується включити такі можливості: 1) реєстрація донора; 2) планування графіку здачі крові; 3) перегляд результатів лабораторних досліджень; 4) знаходження найближчого за місцем розташування центру крові; 5) нагадування про заплановану здачу крові; 6) збереження історій попередніх донацій; 7) розсилання повідомлення у разі нестачі крові; 8) взаємодія з соцмережами; 9) запрошення друзів до донорського руху; 10) можливість задати питання співробітнику служби крові; 11) елементи гейміфікації (бали, нагороди тощо); 12) загальна інформація щодо донорства; 13) інтегрування додатку з базою донорів служби крові.

Список використаних джерел

1. Петруня А. Як стати донором. Огляд донорських програм і додатків. *Економічна правда*. 2015. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2015/05/6/541273/>
2. Магазин додатків Google Play. URL: <https://play.google.com/store/apps/>
3. Silva J., Brasil C., Brasil B., Paiva L., Oliveira V., Filho J. and Santos F. MHealth Technology as a Tool to Promote Blood Donation. *Proceedings of the 11th International Joint Conference on Biomedical Engineering Systems and Technologies*. 2018. V. 5. p. 471-477.

Для цитування: Хоменко Л.М. Аналіз використання мобільних додатків в стратегіях бренд-менеджменту служби крові / Л.М. Хоменко, Л.Ю. Сагер, В.В. Любчак // Бренд-менеджмент: маркетингові технології: тези доп. II Міжн. наук.-практ. конф. (м. Київ, 11 червня 2020 р.) – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – С. 146-148.

For citation: Khomenko L.M., Sager L.Y., Lyubchak V.V. (2020) Analysis of the mobile applications using in the brand management strategies in the blood service. Brand management: marketing technologies: theses add. II International scientific-practical conf. (Kyiv, June 11, 2020) - Kyiv: Kyiv National Trade and Economy University, 2020. - P. 146-148.