

ЗАСТОСУВАННЯ КАРТИ ЕМПАТІЇ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПРОФІЛЮ СПОЖИВАЧІВ ІТ-СТАРТАПУ

Анотація: Тези-доповіді присвячено побудові та визначенню профілю споживачів онлайн додатку стартап-проєкту. Технологічний розвиток вимушує бізнес існувати в цифровому світі. ІТ-продукти в мінливому середовищі стають обов'язковою складовою бізнесу. Оскільки споживачі «живуть» в онлайні, бізнес шукає можливості задовольняти їх потреби забезпечуючи новими технологічними продуктами.

Ключові слова: стартап, карта емпатії, споживачі, туристичний бізнес, культурно-історична спадщина

В сучасному світі велика кількість команд-однодумців займається просуванням власної ідеї на ринок. Якщо у команди виходить створити стартап, який користується попитом цільової аудиторії, це може стати першим кроком до того, щоб перетворити ідею на стабільний прибутковий бізнес. Але за статистикою 9 із 10 стартапів припиняють роботу вже на першому етапі існування [1]. Тож виникають питання, яким має бути стартап, щоб він користувався попитом у споживачів, мав перспективи розвитку та приносив стабільний прибуток?

Технологічний розвиток вимушує бізнес існувати в цифровому світі, оскільки 91% підприємств задіяні в тій чи іншій формі цифрових ініціатив, 87% головних керівників бізнесів вважають, що діджиталізація є пріоритетом [2]. ІТ-продукти в сучасному мінливому середовищі стають обов'язковою складовою бізнесу. Оскільки споживачі «живуть» в онлайні, бізнес шукає можливості задовольняти їх потреби забезпечуючи новими технологічними продуктами.

Головною ідеєю онлайн додатку стартапу «LandUa» є власна розробка споживачем подорожі Україною з максимально зручним комфортом та отриманням цікавої інформації про культурно-історичну спадщину. За допомогою

онлайн-додатку стартапу «LandUa» для планування поїздки не потрібно днями або тижнями шукати інформацію про історичні об'єкти та іншу супровідну інформацію, достатньо лише встановити додаток на телефон, зареєструвати аккаунт, заповнити побажання щодо поїздки і вирушати в подорож. Додаток передбачає самостійний пошук споживачами цікавих міст за допомогою пристроїв на операційних платформах Android та iOS. Для визначення вподобань регіонів чи міст відвідування, пропонується заповнити інформацію про себе, основними питаннями є: ім'я користувача, місце початку подорожі, номер телефону, перелік вподобань для подорожі, бажаний регіон подорожі, тип подорожування, пріоритетні компанії АЗС, тип пального, вимоги щодо харчування, радіус пошуку місць для туризму, місць зупинки та поселення, прогнозований бюджет для поїздки та ін.

Для більш детального визначення цільового споживача стартап-проекту «LandUa» було застосовано «Карта емпатії». Це інструмент, який поглиблює розуміння потреб клієнтів, простий і зрозумілий, візуалізує найважливіші їх вподобання, запити, потреби [3]. Загальний вигляд карти емпатії споживача онлайн-додатку стартапу «LandUa» наведено на рис 1.

Карта емпатії допомогла окреслити функціональність онлайн додатку спартапу «LandUa», відшукати мотиви споживачів, визначити цінності та побоювання. Отже, портрет потенційного користувача онлайн додатка «LandUa»: мешканець країни, зацікавлений у подорожі Україною, патріот, бажає розширювати свої знання про культуру країни, ділитись нею із іншими, бажає отримати задоволення від подорожі з максимальним комфортом та мінімальними затратами.

Мета споживача: розширити знання та набути нові враження від культурно-історичної спадщини України, а також отримати задоволення від подорожі.

<p>Що відчуває і думає? Думає про максимальне задоволення від відпочинку та його планування Відчуває нестачу вражень Відчуває потребу у необхідності знань про культурно-історичну спадщину України Думає про можливість ощадливо подорожувати</p>	<p>Про що чує? Про різноманіття функціоналів онлайн додатків Про враження від відпочинку знайомих Цікаву та якісну інформацію про місцевість Розповіді блогерів в соціальних мережах щодо особливостей подорожів Рекламу на туристичних інтернет-ресурсах, роликах на відео-хостингах</p>
<p>Що говорить і робить? Самостійно планує маршрут відвідування місцевості Порівнює можливості онлайн додатка з попереднім досвідом користування додатків Детально знайомиться з запропонованими туристичними локаціями Оцінює можливості онлайн додатка</p>	<p>Що бачить? Велику кількість інформації про туристичні місця регіонів Достатню кількість пропозицій щодо подорожей країною Необхідність у популяризації України в світі Занепад культурно-історичних пам'яток</p>
<p>Чого боїться? Що додаток не зможе задовольнити потреби в інформації Платні послуги онлайн додатка в процесі експлуатації їм можуть не знадобитись Інформація та опис місцевості може бути кращим за саму місцевість Інформація щодо деталей поїздки або опис місцевості може бути не актуальними</p>	<p>Цінності Популяризувати подорожі Україною Просувати Україну, як бренд Гордість за рідну землю, за її матеріальні і духовні надбання Емоційне переживання своєї приналежності до країни, свого громадянства, історії, традиції</p>

Рис. 1. Карта емпатії споживачів онлайн додатку стартапу «LandUa»

Список літератури

- 1.Що таке стартап? Бізнес-UA: веб-сайт. URL: <http://biznesua.com.ua/shho-take-startap/>.
2. Digitalization strategy for Business Transformation веб-сайт. URL: <https://www.gartner.com/en/information-technology/insights/digitalization>.
- 3.The 2021 State of IT. The Annual Report on IT Budgets and Tech Trends // Spiceworks Ziff Davis. – 2021. URL: <https://swzd.com/resources/state-of-it/>.

Автори: к.е.н., доц. Данкеєва Оксана Миколаївна

магістрант Попович Валентин

