

Məqalə redaksiyaya daxil olub 15.05.2023

The article was received by editorial board on 15.05.2023

Статья принята к печати 15.05.2023

MÜŞTƏRİ RƏYLƏRİNİN SATINALMA QƏRARLARINA TƏSİRİNİN ARAŞDIRILMASI

Xülasə

Müştəri rəyi bugünkü rəqəmsal əsrdə satınalma qərarlarına təsir edən mühüm amilə çevrilib. Onlayn rəylərin və dəyərləndirmələrin asan əlçatanlığı ilə istehlakçılar həmyaşıdlarının təcrübələrinə əsaslanaraq məlumatlı seçimlər edirlər. Müsbət rəy yalnız brendin etibarını artırır, həm də satışları artırır və müştəri sədaqətini artırır. Şirkətlər müştərilərin rəylərinə ciddi diqqət yetirməli, ondan təkmilləşdirmə və innovasiya üçün dəyərli vasitə kimi istifadə etməlidirlər. Narahatlıqları aradan qaldırmaq və dəyişiklikləri həyata keçirməklə müəssisələr ümumi müştəri təcrübəsini artırır. Bundan əlavə, müştərilərlə əlaqə saxlamaq və onların rəylərini qəbul etmək brend və onun istehlakçıları arasındakı əlaqəni gücləndirə bilər. Nəhayət, müştərilərin rəylərinin satınalma qərarlarına təsiri açıq kommunikasiya kanallarının saxlanması və davamlı olaraq müştəri gözləntilərini qarşılamağa çalışmanın vacibliyini vurğulayır. Bu məqalədə biz rəyin istehlakçı davranışına təsirinin müxtəlif yollarını araşdıraraq, müştəri rəyinin satınalma qərarlarına təsirini araşdıracağıq.

Açar sözlər: müştəri rəyi, alış qərarları, onlayn rəylər, brend etibar, müştəri loyallığı, satınalma qərarı.

GİRİŞ

Müştəri rəyi satınalma qərarlarına əhəmiyyətli dərəcədə təsir edən və bütün dünyada biznesin uğurunu formalaşdıran müasir bazarda əvəzsiz elementə çevrilmişdir. İnternet alıcılar və satıcılar arasındakı maneələri qırmağa davam etdikcə, müştəri rəylərinin təsiri kəskin şəkildə artdı. Onlayn rəylər və reytinglər potensial müştəriləri sövq edər, ya onları müəyyən məhsula və ya xidmətə yönəldər, ya da onları ümumiyyətlə satın almaqdan çəkindirə bilər. Müştəri rəylərinin satınalma qərarlarına təsirinin bu dərin tədqiqi rəyin biznesin nəticələrinə təsir edə biləcəyi müxtəlif yolları araşdırır, eyni zamanda effektiv ünsiyyətin və davamlı təkmilləşdirmənin vacibliyini vurğulayır [1].

İnternetin yaranması və e-ticarətin yüksəlişi istehlakçıların məlumat əldə etmə və paylaşma üsullarında inqilab etdi. Getdikcə bir-birinə bağlı olan dünyada müştərilər həmyaşıdlarının rəylərini və rəylərini asanlıqla əldə edə, onlara daha məlumatlı satınalma qərarları verməyə kömək edir. Yelp, TripAdvisor və Amazon kimi onlayn rəy platformaları məhsul və xidmətlər haqqında dürüst rəy axtaran istehlakçılar üçün kritik resurslara çevrilib. Bu platformalar müştərilərə öz təcrübələrini və fikirlərini bölüşməyə imkan verir, bu öz növbəsində başqalarının satın alma qərarlarına təsir edir [2].

Sosial media da müştəri rəylərinin təsirini artırmaqda mühüm rol oynamışdır. Facebook, Twitter və Instagram kimi platformalar istifadəçilərə öz təcrübələrini geniş auditoriya ilə bölüşməyə imkan verir və alış qərarlarını daha da formalaşdırır. Müsbət müştəri rəyi bizneslər üçün güclü marketing aləti kimi xidmət edir, brendin etibarını artırmağa, həmçinin satışları artırmağa kömək edir. Məmnun olan müştərilər məhsul və ya xidməti başqalarına tövsiyə etmək ehtimalı daha yüksəkdir ki, bu da daha geniş müştəri bazasına və daha yüksək gəlirə səbəb olur. Əksinə, mənfi rəylər biznesin reputasiyasına mənfi təsir göstərir, nəticədə satışın azalması və

müştərilərin itməsi ilə nəticələnir. Potensial müştərilər mənfi rəylərlə qarşılaşdıqda, alışdan çəkindirilir ki, bu da müəssisələrin problemləri dərhal həll etməsini vacib edir.

Müştəri rəyinin satınalma qərarlarına təsiri müəssisələr və onların müştəriləri arasında açıq ünsiyyət kanallarının saxlanması vacibliyini vurğulayır. Müştərilərlə aktiv şəkildə əlaqə saxlamaq və onların narahatlıqlarını həll etmək əlaqələri gücləndirməyə və brendə sadıqlıq yaratmağa kömək edir. Şirkətlər müştərilərin rəyindən təkmilləşdirmə və innovasiya üçün dəyərli vasitə kimi istifadə edirlər. Müştərilərini dinləmək və məhsul və ya xidmətlərini uyğunlaşdırmaqla müəssisələr ümumi müştəri təcrübəsini artırır və uzunmüddətli uğur qazanır.

İstehlakçılar şəffaflıq və məsuliyyətli sadiqlıq nümayiş etdirən bizneslərə daha çox etibar edirlər. Müştəri rəylərini açıq şəkildə qəbul etməklə və bu rəy əsasında dəyişikliklər həyata keçirməklə şirkətlər etibarını gücləndirir və sadıq müştəri bazası yaradırlar. Müştəri rəyinin gücü fərdi satınalma qərarlarından kənara çıxır. O, həmçinin brendin ümumi reputasiyasına və qavrayışına təsir göstərir ki, bu biznesin müştəri məmnuniyyətini prioritetləşdirməsini və daim gözləntiləri aşmağa çalışmasını vacib edir [4].

Müştəri rəyi həmçinin bizneslərə yeni yaranan tendensiyaları və üstünlükləri müəyyən etməyə kömək edir, bu da onlara rəqabətdən qabaqda olmağa və dəyişən bazara uyğunlaşmağa imkan verir. Müştəri rəylərini məhsulun inkişafı və marketinq strategiyalarına daxil etməklə, müəssisələr aktuallığını saxlaya və böyüməyə davam edir. Müştəri rəylərinin satınalma qərarlarına artan təsiri güclü onlayn mövcudluğu inkişaf etdirməyin vacibliyini vurğulayır. Sosial mediada və digər onlayn platformalarda müştərilərlə aktiv şəkildə əlaqə saxlayan müəssisələr rəyin gücündən faydalanmaq və satışları artırmaq üçün daha yaxşı mövqe tuturlar.

Onlayn rəylər və dəyərləndirmələrlə yanaşı, fokus qrupları, sorğular və digər bazar araşdırmaları vasitəsilə də müştəri rəyləri toplanır. Bu məlumat təkmilləşdirilməli sahələri müəyyən etmək, yeni ideyalar yaratmaq və strateji qərarların qəbulu zamanı məlumat vermək üçün istifadə edilir. Müştəri rəylərinin satınalma qərarlarına təsiri artmaqda davam etdikcə, bizneslər onlayn reputasiyalarını idarə etmək üçün proaktiv yanaşma tətbiq etməlidirlər. Buraya rəylərin və sosial media qeydlərinin monitorinqi, mənfi rəylərin operativ şəkildə həll edilməsi və məmnun müştəriləri öz təcrübələrini bölüşməyə fəal şəkildə həvəsləndirmək daxildir.

Müştəri rəyinə üstünlük verən və bu rəy əsasında təkmilləşmək üçün birgə səy göstərən şirkətlərin müştərilərini saxlamaq və yenilərini cəlb etmək ehtimalı daha yüksəkdir. Müştəri rəyi həmçinin bizneslərə hədəf auditoriyası ilə daha yaxşı rezonans yaratmaq üçün marketinq səylərini uyğunlaşdırmağa kömək edir. Müştərilərin üstünlüklərini və narahatlıqlarını başa düşməklə, müəssisələr daha effektiv və hədəflənmiş marketinq kampaniyaları yaradırlar. Müştəri rəyinin satınalma qərarlarında rolu müəssisələrin müştərilərə müstəsna xidmət göstərməsinin zəruriliyini vurğulayır. Müsbət müştəri xidməti təcrübəsi mənfi rəylərin təsirlərini azalda və narazı müştəriləri sadıq müdafiəçilərə çevirə bilər.

Influencer marketinqinin yüksəlişi müştərilərin rəylərinin satınalma qərarlarına təsirini daha da gücləndirdi. Böyük və cəlbedici izləyicilər toplayan influencerlər tez-tez məhsul və xidmətlərlə bağlı təcrübələrini bölüşür, izləyicilərinin fikirlərini dəyişdirirlər. Müəssisələr məhsul təkliflərində və ya xidmət keyfiyyətində boşluqları müəyyən etmək, habelə aradan qaldırmaq üçün müştərilərin rəyindən istifadə edirlər. Bu problemləri fəal şəkildə həll etməklə, müəssisələr müştəri itkisini azalda və güclü brend reputasiyasını saxlayır.

Müştəri rəyinin satınalma qərarlarına təsiri biznesdən istehlakçıya (B2C) sektoru ilə məhdudlaşmır. Biznesdən biznesə (B2B) şirkətlər də müştərilərin rəyindən faydalanır, çünki bu, onlara təkliflərini dəqiqləşdirməyə və müştəri münasibətlərini yaxşılaşdırmağa kömək edir. Bugünkü rəqabətli bazarda müəssisələr rəqiblərindən fərqlənməlidirlər. Müştəri rəylərini qəbul etməklə və məhsul və xidmətlərini ardıcıl olaraq təkmilləşdirməklə, müəssisələr fərqlənə və güclü bazar mövcudluğu yaradırlar.

Satınalma qərarlarında müştəri rəyinə artan etibar, nəzərdən keçirmə manipulyasiyasının və saxta rəylərin yaranmasına səbəb oldu. Bu, onlayn nəzərdən keçirmə platformalarının bütövlüyünü qorumağın və müştərilərin həqiqi, qərəzsiz rəy əldə edə bilməsini təmin etməyin vacibliyini vurğulayır.

Müştəri rəylərini təhlil edərək, müəssisələr ümumi ağrı nöqtələrini müəyyən edə və ümumi məmnuniyyəti artırmaq üçün onlara müraciət edirlər. Bu, daha müsbət müştəri təcrübəsi ilə nəticələnə və biznesin təkrarlanma ehtimalının artmasına səbəb olur. Müştəri rəyinin satınalma qərarlarına təsiri müştəri təcrübəsində fərdiləşdirmənin vacibliyini vurğulayır. Müştərilərinin xüsusi ehtiyaclarını və üstünlüklərini ödəmək üçün təkliflərini uyğunlaşdırma bilən müəssisələr, onların sadıqlıqını və davamlı himayədarlığını qazanma ehtimalı daha yüksəkdir.

Müştəri rəyi alış qərarlarının formalaşmasında daha təsirli olduqca, bizneslər yalnız onlayn rəylərə güvənməyin potensial təhlələrindən xəbərdar olmalıdırlar. Onlar həmçinin müstəsna müştəri xidməti və fərdiləşdirilmiş qarşılıqlı əlaqələr vasitəsilə müştəriləri ilə güclü əlaqələr qurmağa diqqət etməlidirlər. Müştəri rəyi yenilik etmək və təkamül etmək istəyən bizneslər üçün dəyərli ilham mənbəyi kimi xidmət edir. Müştərilərini dinləmək və onların ideyalarını özündə cəmləşdirməklə müəssisələr bazarın daim dəyişən ehtiyaclarına cavab verən yeni məhsul və xidmətlər yaradırlar [5].

Müştəri rəyini qəbul etmək təkcə biznes üçün deyil, həm də istehlakçılar üçün faydalıdır. Məhsul və xidmətlərin keyfiyyəti və performansı haqqında dəyərli fikirlər təqdim etməklə, müştəri rəyi istehlakçılara daha məlumatlı satınalma qərarları qəbul etməyə kömək edir. İstehlakçı seçiminin artdığı bir dövrdə müəssisələr müştərilərinin etibarını və sədaqətini qazanmaq üçün həmişəkindən daha çox çalışmalıdırlar. Müştəri rəylərini fəal şəkildə axtarmaq və daxil etmək bu məqsədə çatmaq üçün mühüm strategiyadır. Müştəri rəylərinin satınalma qərarlarına təsiri artmaqda davam etdikcə, müəssisələr uyğunlaşmaya və inkişaf etməyə hazır olmalıdırlar. Əlaqənin gücünü qəbul edərək və ondan böyümə və təkmilləşmə üçün katalizator kimi istifadə etməklə, müəssisələr daim dəyişən bazarda uzunmüddətli uğur üçün özlərini mövqeləndirirlər.

TƏHLİL

Bugünkü rəqabətli biznes mənzərəsində müştəri rəyi satınalma qərarlarına təsir edən mühüm amilə çevrilib. Elektron ticarətin böyüməsi və onlayn nəzərdən keçirmə platformalarının və sosial medianın geniş istifadəsi ilə müştərilərin rəylərinin istehlakçı seçimlərinə təsiri həmişəkindən daha əhəmiyyətli olmuşdur. Müştəri rəyinin gücündən səmərəli istifadə edən müəssisələr rəqabət üstünlüyü yarada və uzunmüddətli uğur qazanır [3].

Müştəri rəyi satınalma qərarlarının verilməsində həlledici amilə çevrilib və onun təsirini başa düşmək bizneslərə rəqabətli bazarda uyğunlaşmağa və inkişaf etməyə kömək edir. Bu təhlildə biz müştəri rəyinin satınalma qərarlarına təsir göstərə biləcəyi müxtəlif yolları araşdıracağıq, müştəri rəyinin əhəmiyyətini və biznesin onun gücündən necə səmərəli istifadə edə biləcəyini göstərmək üçün nümunələrdən istifadə edəcəyik:

- Məhsul və ya xidmət müsbət rəy aldıqda, potensial müştərilərin brendə güvənməsi və alış-veriş etməsi ehtimalı daha yüksəkdir. Məsələn, Yelp-də davamlı olaraq yüksək rəylər alan yeni bir restoran, ümumi satışlarını artıraraq daha çox müştəri cəlb edir.

- Digər tərəfdən, mənfi rəy potensial müştəriləri çəkindirə və brendin nüfuzuna xələl gətirir. Məsələn, TripAdvisor-da bir neçə mənfi rəyi olan bir otel, potensial qonaqlar daha yaxşı reytingli alternativ yerləşdirmələri seçdiyi üçün rezervasiyalarda azalma olur.

- Amazon, Yelp və TripAdvisor kimi veb saytlar məhsul və xidmətlər haqqında qərəzsiz rəy axtaran istehlakçılar üçün əvəzedilməz resurslara çevrilib. Bu platformalar müştərilərə məlumatlı qərarlar qəbul etməyə imkan verir, nəticədə biznesin satışlarına və uğurlarına təsir edir.

- Facebook, Twitter və Instagram kimi sosial media platformaları müştəri rəylərinin əhatə dairəsini artırır. Məsələn, narazı müştərinin tviti tez bir zamanda viral ola, brendin reputasiyasına xələl gətirə və potensial olaraq satışların azalmasına səbəb olur.

- Mənfi rəyə operativ və effektiv cavab verən müəssisələr onun təsirini azalda və hətta narazı müştəriləri sadıq müdafiəçiyə çevirirlər. Məsələn, e-ticarət şirkəti çatdırılma gecikdirilməsi ilə bağlı şikayət alırsa, problemi dərhal həll etmək və müştəriyə yaranan narahatlığa görə kompensasiya vermək müştərinin etibarını və loyallığını qorumağa kömək edir.

- Məmnun müştərilərin rəyləri potensial müştəriləri müəyyən məhsul və ya xidmət seçməyə inandıran güclü marketinq aləti kimi xidmət edir. Məsələn, öz veb saytında müştəri uğur hekayələrini nümayiş etdirən bir proqram şirkəti onun etibarlılığını artırır və satışların artmasına səbəb olur.

- Müştəri rəylərini dinləmək və bu rəyə əsaslanan dəyişiklikləri həyata keçirməklə müəssisələr məhsul və ya xidmətlərini təkmilləşdirir və müştəri məmnuniyyətini artırır. Məsələn, uyğun olmayan ölçülərlə bağlı rəy alan geyim markası bu məlumatdan lazımi düzəlişlər etmək üçün istifadə edir, nəticədə daha xoşbəxt müştərilər və satışlar artır.

- Müştərilərlə əlaqə qurmaq və onların rəyini qəbul etmək brendə sadıqlıqın formalaşmasına kömək edir, çünki bu, şirkətin müştəri ehtiyaclarını və gözləntilərini qarşılamaq öhdəliyini nümayiş etdirir. Məsələn, aktiv olaraq müştəri rəyini axtaran və bu rəy əsasında dəyişikliklər həyata keçirən bir ərzaq mağazası, müştəri daxilinə məhəl qoymayan mağazadan daha çox müştərilərini saxlamaq ehtimalı yüksəkdir.

- Məhsul və xidmətlərlə bağlı təcrübələrini tez-tez paylaşan təsir edənlər öz izləyicilərinin fikirlərini dəyişdirə bilirlər. Məsələn, məşhur bir gözəllik təsiredicisi tərəfindən dəriyə qulluq məhsulunun müsbət rəyi, izləyiciləri onların tövsiyələrinə etibar etdikləri üçün satışların artmasına səbəb olur.

- Saxta rəylərin yayılması və rəy manipulyasiyası onlayn baxış platformalarının etibarlılığını sarsıdır və istehlakçıların məlumatlı qərarlar qəbul etmələrini çətinləşdirir. Müəssisələr öz rəylərinin dürüstlüyünə üstünlük verməli və müştərilərin həqiqi, qərəzsiz rəy əldə etmələrini təmin edərək saxta rəylərlə mübarizə aparmaq üçün platformalarla işləməlidirlər.

- Müştəri rəyi B2B münasibətlərində satınalma qərarlarına da təsir edir. Məsələn, müştərilərdən davamlı olaraq müsbət rəy alan bir proqram şirkəti yeni biznesi cəlb etmək ehtimalı daha yüksəkdir, çünki potensial müştərilər öz həmyaşıdlarının təcrübələrinə etibar edirlər.

- Müştəri seçimlərini və narahatlıqlarını rəy vasitəsilə başa düşməklə, müəssisələr öz təkliflərini fərdiləşdirir ki, bu müştəri məmnuniyyətinin, habelə sədaqətinin artmasına səbəb olur. Məsələn, öz təkliflərini fərdi seçimlərə uyğunlaşdırmaq üçün müştəri rəyindən istifadə edən abunə qutusu xidmətinin abunəçiləri saxlamaq və yenilərinə cəlb etmək ehtimalı daha yüksəkdir.

- Müştəri rəylərinin təhlili müəssisələrə marketinq söylərini təkmilləşdirməyə, onları daha məqsədyönlü və effektiv etməyə kömək edir. Məsələn, geribildirim vasitəsilə müştərilərinin seçimlərini müəyyən edən onlayn pərakəndə satıcı daha uyğun və cəlbedici e-poçt kampaniyaları yaradır ki, bu da daha yüksək açıq və dönüşüm nisbətlərinə səbəb olur.

NƏTİCƏ

Nəticə olaraq, müştəri rəyi istehlakçı davranışının və satınalma qərarlarının formalaşmasında mühüm rol oynayır. Müsbət rəy müəssisələrə etibarlılıq yaratmağa, satışları artırmağa və brend reputasiyasını yüksəltməyə kömək edir. Digər tərəfdən, mənfi rəylər şirkətin reputasiyasına mənfi təsir göstərə və satışların azalması ilə nəticələnir. Buna görə də, müəssisələrin müştəriləri ilə aktiv şəkildə əlaqə saxlaması, narahatlıqları dərhal həll etməsi və məhsul və xidmətlərini davamlı olaraq təkmilləşdirmək üçün rəylərdən istifadə etməsi çox vacibdir. Bundan əlavə, müştərilərin rəyləri innovasiyalar üçün güclü bir vasitə kimi xidmət edir, bizneslərə yaranan tendensiyaları və üstünlükləri müəyyən etməyə kömək edir. Müştəri rəylərini məhsulun inkişafı və marketinq strategiyalarına daxil etməklə, müəssisələr rəqabətdən qabaqda qala və inkişaf edən bazara uyğunlaşsınlar.

Influencer marketinqinin yüksəlişi və saxta rəylərin yayılması onlayn baxış platformalarının bütövlüyünü qorumağın və müştərilərin həqiqi, qərəzsiz rəy əldə edə bilməsini təmin etməyin vacibliyini daha da vurğuladı. Müəssisələr müştərilərlə qarşılıqlı əlaqədə şəffaflığa və cavabdehliyə üstünlük verməlidir, etibarını artırmalı və sadıq müştəri bazası yaratmalıdır. Müştəri rəyi həmçinin bizneslərə marketinq söylərini təkmilləşdirməyə, təkliflərini fərdi seçimlərə uyğunlaşdırmağa və ümumi müştəri təcrübələrini yaxşılaşdırmağa kömək edir. Müştəri səyahətinin hər mərhələsində müştəri rəylərini təhlil edərək və daxil etməklə, müəssisələr öz strategiyalarını optimallaşdırır, müştəri məmnuniyyətini artırır və nəticədə

böyüməyə təkan verirlər. İstehlakçı seçiminin artdığı bir dövrdə müəssisələr müştərilərinin etibarını və sədaqətini qazanmaq üçün həmişəkindən daha çox çalışmalıdırlar. Müştəri rəylərini qəbul etmək və ondan təkmilləşdirmə üçün katalizator kimi istifadə etmək bu məqsədə çatmaq üçün mühüm strategiyadır.

Müştəri rəylərinin satınalma qərarlarına təsiri artmaqda davam etdikcə, müəssisələr uyğunlaşmağa və inkişaf etməyə hazır olmalıdır. Müştəri məmnuniyyətini prioritetləşdirməklə və davamlı olaraq gözləntiləri aşmağa çalışmaqla, müəssisələr daim dəyişən bazarda uzunmüddətli uğur üçün özlərini mövqeləndirirlər.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Başkol M., Kıranoğlu O., "Sosial Medya Yorumlarının Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi; Bartin İli Uygulaması", Sakarya İktisat Dergisi, 2020, c.9, № 1, s. 23-38.
2. Filieri R., "What Makes An Consumer Online Review Trustworthy?", Annals of Tourism Research, 2016, №58, p.46–64.
3. İşgören H., (2017), "Sanal kullanıcı yorumlarının tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisi", Sakarya Üniversitesi, Sakarya, 110 səh.
4. Keskin S., & Mehmet B., "Sosial medyanın tüketici davranışları üzerine etkisinin belirlenmesi", Gazi üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi dergisi, 2015, №17(3), s.51-69.
5. Torun E., "Tüketici Satın Alma Davranışları Üzerine İnternet ve Sosyal Medyanın Yeri ve Önemi". Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 2017, №16(62), s.958-970.

N.S.Nadirli

master student, Azerbaijan State University of Economics

Exploring the impact of customer feedback on purchase decisions

Abstract

Customer feedback has become an important factor influencing purchasing decisions in today's digital age. With the easy availability of online reviews and ratings, consumers can make informed choices based on the experiences of their peers. Positive feedback not only increases brand credibility, but also increases sales and builds customer loyalty. Companies should take customer feedback seriously and use it as a valuable tool for improvement and innovation. By addressing concerns and implementing changes, businesses can improve the overall customer experience. In addition, communicating with customers and receiving their feedback can strengthen the relationship between a brand and its consumers. Finally, the influence of customer feedback on purchasing decisions highlights the importance of maintaining open communication channels and continually striving to meet customer expectations. In this article, we will explore the impact of customer feedback on purchase decisions by examining the different ways in which feedback affects consumer behavior.

Keywords: *customer feedback, purchase decisions, online reviews, brand trust, customer loyalty, purchase decision.*

Н.С.Надирли

магистрант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет

Изучение влияния отзывов клиентов на решения о покупке

Резюме

Отзывы клиентов стали важным фактором, влияющим на решения о покупке в сегодняшнюю цифровую эпоху. Благодаря легкому доступу к онлайн-обзорам и рейтингам

потребители могут сделать осознанный выбор, основываясь на опыте своих сверстников. Положительные отзывы не только повышают доверие к бренду, но также увеличивают продажи и укрепляют лояльность клиентов. Компании должны серьезно относиться к отзывам клиентов и использовать их как ценный инструмент для улучшения и инноваций. Решая проблемы и внедряя изменения, компании могут улучшить общее качество обслуживания клиентов. Кроме того, общение с клиентами и получение их отзывов может укрепить отношения между брендом и его потребителями. Наконец, влияние отзывов клиентов на решения о покупке подчеркивает важность поддержания открытых каналов связи и постоянного стремления оправдать ожидания клиентов. В этой статье мы рассмотрим влияние отзывов клиентов на решения о покупке, изучив различные способы, которыми отзывы влияют на поведение потребителей.

Ключевые слова: отзывы клиентов, решения о покупке, онлайн-обзоры, доверие к бренду, лояльность клиентов, решение о покупке.