

УДК 004.89

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ СБОРА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ В РАМКАХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЙ

Е. А. ЧЕРНОВА

Научный руководитель П. С. ХАРЛАМОВ

Смоленский филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации
Смоленск, Россия

Сбор обратной связи от пользователей веб-приложений коммерческих и некоммерческих организаций имеет решающее значение для улучшения веб-приложений, обеспечения их соответствия потребностям пользователей и извлечения дополнительного дохода от функционирования веб-приложения. Следует отметить, что традиционные методы сбора обратной связи, такие как формы и опросы, могут быть эффективными, но они часто ограничены и не обеспечивают глубокого понимания пользовательского опыта. В связи с этим в настоящее время сформировались новые методы, опирающиеся в том числе на искусственный интеллект, в частности метод анализа записи сеансов и карты тепловых точек. Интеллектуальный анализ обратной связи происходит обычно в неявной для пользователя форме. На рис. 1 представлен предлагаемый метод комплексного анализа обратной связи на основе синергетического слияния традиционного и инновационного методов анализа.

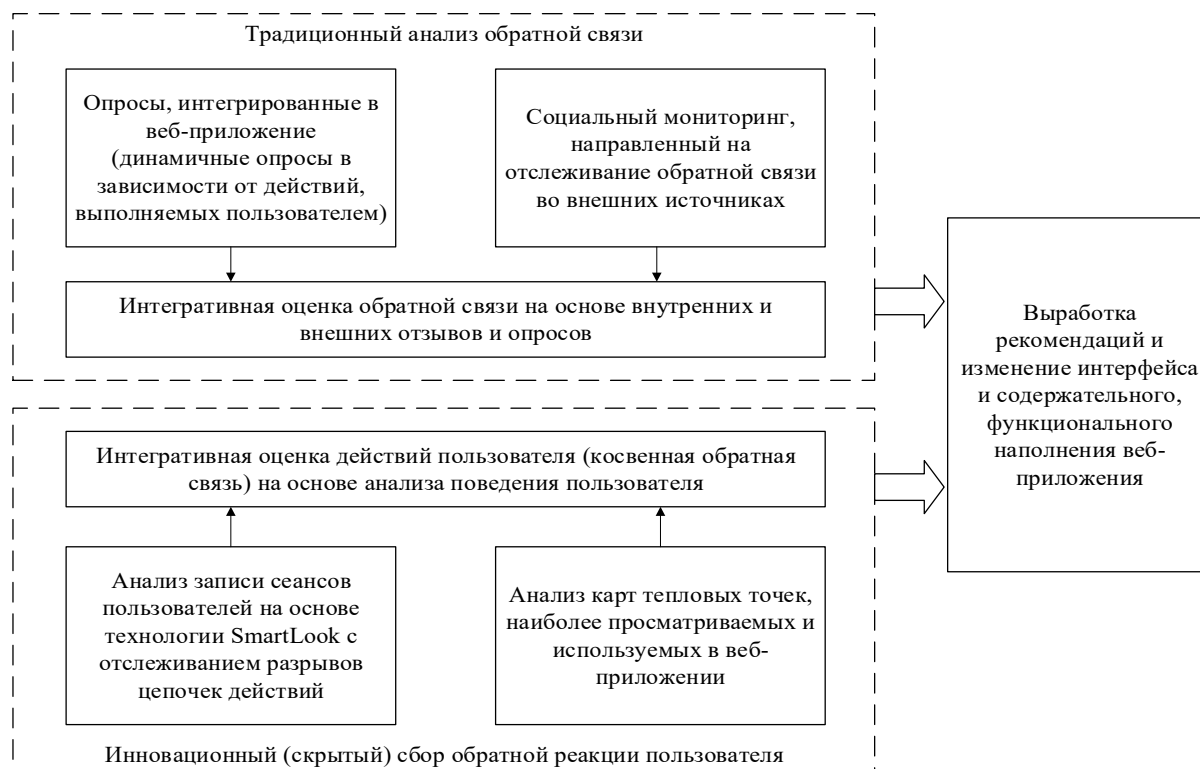


Рис. 1. Комплексный анализ прямой и косвенной обратной связи в рамках функционирования веб-приложений