

РОЗРОБКА WEB-ЗАСТОСУНКУ З ПРОГРАМОЮ ЛОЯЛЬНОСТІ ДЛЯ РЕСТОРАНУ

Мезенцев М.В., Хен К.А.

*Національний технічний університет
"Харківський політехнічний інститут", м. Харків*

У сучасних умовах жорсткої конкуренції в сфері ресторанного бізнесу ефективна взаємодія з клієнтами є запорукою стабільного розвитку та зростання прибутковості. Одним із найрезультативніших інструментів для утримання постійних клієнтів та підвищення їхньої лояльності є впровадження персоналізованих програм лояльності. У зв'язку з активною цифровізацією сфери обслуговування, доцільним рішенням стає створення web-застосунку, який автоматизує ці процеси, забезпечуючи користувачам зручний інтерфейс, а бізнесу – гнучкі інструменти управління клієнтською базою та маркетинговими кампаніями.

Розроблений застосунок дозволяє клієнтам швидко реєструватися та авторизуватися (в тому числі через соціальні мережі або QR-коди), накопичувати бонусні бали, переглядати історію замовлень, отримувати індивідуальні пропозиції, брати участь в акціях, а також відстежувати статус своєї лояльності. Для адміністрації передбачено окремий інтерфейс з можливістю гнучкого налаштування правил нарахування бонусів, формування акцій, аналізу статистики користувацької активності, та інтеграції з існуючими CRM або POS-системами.

Технічна реалізація базується на сучасному стеку технологій: React.js або Vue.js для фронтенду, Node.js або Django для бекенду, PostgreSQL як система управління базами даних. Архітектура проєкту забезпечує масштабованість, захист персональних даних користувачів, можливість хостингу у хмарних середовищах, а також подальшу інтеграцію з мобільними платформами. Застосунок може адаптуватися під потреби різних закладів: від невеликих кафе до мережевих ресторанів і підтримує як стандартні бонусні моделі, так і унікальні механіки взаємодії з відвідувачами, зокрема гейміфікацію або персоналізовані привітання з нагоди важливих дат.

У підсумку, запропоноване рішення дозволяє підвищити рівень обслуговування, зміцнити зв'язок з клієнтами, стимулювати повторні візити та сформувати позитивний імідж бренду. Web-застосунок з програмою лояльності стає не лише інструментом підвищення продажів, а й потужною аналітичною платформою для прийняття стратегічних бізнес-рішень на основі реальних даних про поведінку споживачів.