

# ЧАТ-БОТЫ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА

**А. В. Шах**

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

**Е. Г. Шапович**

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет, Республика Беларусь*

*Применение чат-ботов в маркетинговых целях – один из самых горячих трендов 2019 г. Возможность начать разговор с чат-ботом в любое время привлекательна для многих компаний, желающих максимизировать взаимодействие с посетителями, – взаимодействие всегда, когда кто-то «по вызову» отвечает на вопросы и записывает встречи с перспективными клиентами. Применение данного инструмента упрощает бизнес, предоставляя 24/7 времени отклика на запросы посетителей веб-ресурса.*

Традиционно вопросы клиентов направлялись предприятиям по электронной почте или по телефону, что сделало пользовательский опыт довольно стандартным. Проверенный временем инструмент и сегодня пользуется большой популярностью. Проблема состоит в том, что получать адреса электронной почты потенциальных клиентов с каждым днем все сложнее, а click-through rate рассылок постепенно падает, а значит, email-маркетинг становится дороже [1].

Чат-боты предлагают новый, эффективный и интерактивный способ общения с клиентами. Чат-бот – это компьютерная программа, фактически виртуальный собеседник, который работает на основе установленных правил и алгоритмов. Он умеет имитировать человеческое поведение во время общения с потенциальным клиентом.

Существует два типа ботов:

- работающие согласно созданным правилам и только;
- использующие технологию искусственного интеллекта и способные обучаться [2].

Чат-боты для мессенджеров можно рассматривать в качестве нетрадиционного, прогрессивного маркетингового инструмента. При применении чат-ботов люди прибегают к личному общению, являясь зачастую его инициаторами.

В Республике Беларусь, как и в мире, рынок чат-ботов сформировался пару лет назад. Активно о пользе этого решения для бизнеса заговорили в апреле 2016 г., когда Facebook анонсировал внедрение в Messenger открытого API с возможностью создания чат-ботов сторонними разработчиками. Тогда 80 % компаний заявили, что

намерены использовать данные технологии к 2020 г., а некоторые из них успешно внедрили ботов и получили максимально положительный результат [3].

Маркетинговая работа с использованием чат-ботов предусматривает нацеленность на конкретную целевую аудиторию, она отличается высокой адресностью. Это дает возможность обеспечения персонализированных, обладающих высокой «конверсионностью» предложений.

Главный плюс чат-ботов для мессенджеров в том, что это относительно новый и «незаезженный» инструмент. Он не вызывает отторжения у пользователей, а скорее, наоборот, привлекает их внимание. Кроме того, у чат-ботов есть еще несколько важных преимуществ:

- Высокий процент читаемости сообщений: чат-боты живут в мессенджерах, которые используются для личного общения, а это значит, что пользователь склонен реагировать лучше на приходящее сообщение.

- Работа с целевой аудиторией, имеющей понятный портрет, а это означает, что для нее можно разработать персональные предложения, обладающие наибольшей «конверсионной силой».

- Поколение «миллениалов» (сегмент наиболее активных пользователей интернета) следует трендам, которыми и являются чат-боты. Они легко идут на эксперименты, испытывают новые технологии и сервисы. Если взаимодействие с чат-ботом оправдывает их ожидания, то компания будет обеспечена активной и лояльной аудиторией [4].

К основным функциям чат-бота можно отнести следующие:

1. *Автоматизация работы с клиентом.* Благодаря удобному меню, прямо в мессенджере пользователь сможет узнать информацию о Вас, просмотреть список и подробное описание Ваших товаров или услуг, узнать Ваши контакты и адрес, получить ответы на часто задаваемые вопросы, оформить заказ и т. д.

2. *Messenger Marketing или рассылки в мессенджерах.* Как только пользователь впервые нажал на кнопку начала диалога с ботом, он автоматически становится его подписчиком, следовательно, может получать любые сообщения от него. Согласно статистике, открываемость сообщений составляет до 80 %, а кликабельность – до 40 %. К примеру, открываемость email-писем составляет всего 3–5 %. Все это результат высокой популярности мессенджеров и социальных сетей в наше время.

3. *Клиентская поддержка прямо в мессенджере.* Если у пользователя возникла проблема или есть свой вопрос, он может написать в чат поддержки, не выходя из чат-бота, где с ним обязательно свяжется оператор компании [3].

Однако у чат-ботов есть также несколько серьезных недостатков:

- определенная часть аудитории пока не готова к взаимодействию с ботами;
- чат-боты могут быть просто непонятны некоторым покупателям, особенно, если с логикой или распознаванием у них есть проблемы. Так, тот же бот Aviasales требует ввода слов-триггеров на английском (/fly, /tips, /hotel), а собственных названий городов – на русском [4].

На рис. 1 представлен вид Telegram-бота для белорусской компании #ЭТО-ПИЦЦА. Для создания чат-бота использовался язык C#, среда разработки – Microsoft Visual Studio 2017 Community, Telegram Bot API и библиотека telegram.bot [5].



Рис. 1. Telegram-бот #ЭТОПИЦЦА

Telegram-бот позволяет просматривать меню заведения, текущие акции, последние новости, контакты (номера телефонов и адреса), а также присутствует возможность сделать заказ.

Для удобства настройки и манипуляции ботом было создано приложение с графическим интерфейсом, которое позволяет менять меню, новости, акции. Также в приложении отслеживается весь лог сообщений, количество активных пользователей. В приложении реализована возможность массовой рассылки от имени бота, а также возможность индивидуального ответа от имени бота определенному пользователю. На рис. 2 представлен вид приложения.

Ознакомиться с функционалом бота можно по ссылке <https://t.me/EtoPizzaBot/>.

Стоит отметить, что приложения для управления ботом расположено на облачной платформе Google Cloud Platform, которая предоставляет ряд модульных облачных служб, таких как облачные вычисления, хранение данных, анализ данных и машинное обучение.

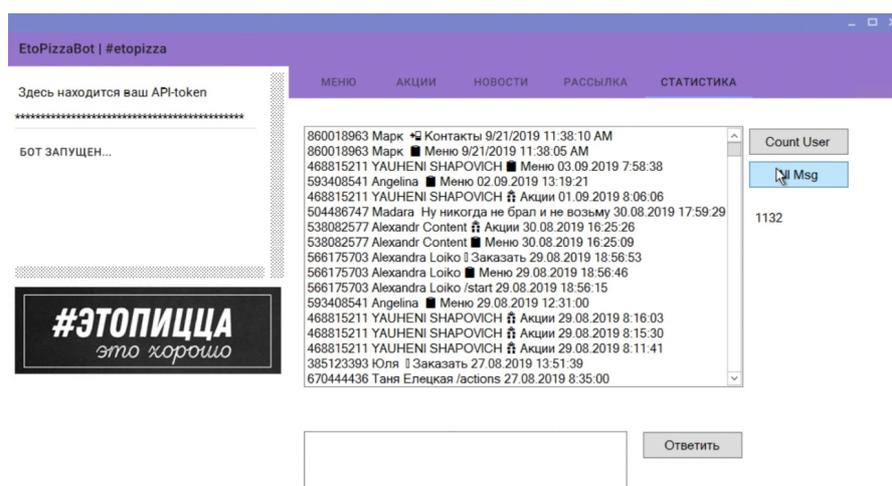


Рис. 2. Приложение для управления Telegram-ботом #ЭТОПИЦЦА

Начиная использовать новый маркетинговый канал раньше большинства конкурентов, специалист по маркетингу принимает на себя определенные риски, но при этом получает дополнительные возможности.

#### Литература

1. Эпоха чат-ботов, или Жизнь после email-маркетинга. – Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/2017/02/28/epocha-chat-botov-ili-zhizn-posle-email-marketinga/>. – Дата доступа: 24.09.2019.
2. Чат-боты в маркетинге и бизнесе: функции, роли, возможности. – Режим доступа: <https://www.epochta.ru/blog/articles/chat-bots/>. – Дата доступа: 24.09.2019.
3. Что такое чат-бот и как он может увеличить продажи Вашему бизнесу? – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/63512-cto-takoe-chat-bot-i-kak-on-mozhet-velichit-prodazhi-vashemu-biznesu>. – Дата доступа: 23.09.2019.
4. Как и зачем использовать чат-ботов в бизнесе? – Режим доступа: <https://marketinggamers.com/chat-botyi/>. – Дата доступа: 23.09.2019.
5. Telegram.Bot: .NET Client for Telegram Bot API telegram.bot. – Режим доступа: <https://github.com/MrRoundRobin/telegram.bot>. – Дата доступа: 23.09.2019.