

**АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРОМЫШЛЕННОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ ПОСРЕДСТВОМ ВНЕДРЕНИЯ ЧАТ-БОТОВ****В. А. Сидоркина***Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. Н. Карчевская

*Рассмотрены задачи и преимущества использования чат-ботов как инструмента автоматизации бизнес-процессов.***Ключевые слова:** чат-бот, инструмент, преимущества, пользователи, компании.

Общение с клиентами может происходить по самым разным каналам, включая телефонные звонки, электронную почту, SMS, мессенджеры, социальные сети и другие платформы. Исследования показывают, что для пользователей важно не только качество обратной связи, но и скорость ее появления - они ожидают получить ответ от службы поддержки в течение десяти минут. В противном случае вероятность того, что клиент перейдет к более «отзывчивому» конкуренту, значительно возрастает. Когда компания способна быстро и эффективно предоставлять нужную информацию своим клиентам, это способствует росту продаж. Для решения этих задач компании все чаще прибегают к использованию чат-ботов.

Чат-боты – это программные решения, которые имитируют взаимодействие с пользователем. Они способны распознавать текстовые и голосовые запросы клиентов и предоставлять подходящие ответы на поставленные вопросы. Эти онлайн-помощники позволяют обмениваться текстовой, визуальной и аудиоинформацией по различным каналам, таким как мессенджеры, веб-сайты, мобильные приложения и телефонные линии [1].

Согласно опросу, проведенному на Facebook, 62 % потребителей планируют в 2025 г. взаимодействовать с чат-ботами, а не с людьми в сфере обслуживания клиентов. 53 % клиентов с большей вероятностью будут делать покупки в компаниях, которым они могут написать напрямую. Чат-боты могут сократить расходы на обслуживание клиентов до 30 %, а также 64 % интернет-пользователей считают, что круглосуточное обслуживание – лучшая особенность чат-ботов.

Чат-боты увеличили продажи в среднем на 67 %, при этом 26 % всех продаж начинались с взаимодействия с чат-ботами. Они ускоряют время отклика в среднем в 3 раза и экономят деньги за счет более быстрого реагирования на запросы. Также важно отметить: к концу года ожидается, что мировой рынок чат-ботов достигнет \$2026 млрд, а среднегодовой темп роста составит 23,5 % [2].

Не менее важно отметить преимущества данного инструмента:

Для написания чат-бота не требуется умение программировать – достаточно использовать визуальный конструктор. Интеллектуальные помощники просты в использовании: настройка и прописка сценариев диалогов заняли время только один раз, а впоследствии их нужно лишь совершенствовать.

Онлайн-бот отвечает на вопросы круглосуточно. Это помогает сократить средства, так как организация постоянной работы службы поддержки достаточно дорогостоящее вложение. Чат-боты представляют собой единоразовую инвестицию, которые могут увеличить эффективность колл-центра.

Согласно данным Google, 65 % пользователей предпочитают решать вопросы письменно, особенно миллениалы, которые чаще пишут в чат, чем звонят. Чат-боты

также способны обрабатывать множество запросов одновременно, не теряя в качестве обслуживания, а также персонализировать общение, обращаясь к клиентам по имени и адаптируя услуги.

На данный момент времени существует более 300 тыс. активных чат-ботов под различные нужды заказчиков. Наиболее полезными и стабильными в работе чат-ботами, по оценкам пользователей, являются боты оснащенные искусственным интеллектом (языковой моделью): ChatGPT, Drift, Zendesk Chat. Представим их преимущества (общие и непосредственно для предприятия) в таблице.

Преимущества чат-ботов

Наименования	Общее преимущество	Преимущество для предприятия
ChatGPT	Поддерживает беседу, отвечает на вопросы пользователей, обучен на большом количестве данных, что делает его универсальным помощником	Упрощает работу с клиентами, сокращает время ожидания ответа, способствует улучшению обслуживания, возможность автоматизации рутинных задач и снижения затрат на поддержку
Drift	Drift направлен на продажи, позволяет проводить интерактивные беседы с клиентами, настраивать универсальные ответы и предлагать помощь в режиме реального времени при необходимости дополнительной поддержки	Увеличивает конверсию, улучшает взаимодействия с потенциальными и существующими клиентами, автоматизирует процессы продаж и оптимизирует времени менеджеров
Zendesk Chat	Интегрируется с платформой поддержки, позволяет создавать универсальные скрипты для различных ситуаций, а также собирать аналитические данные по взаимодействию с клиентами	Эффективная и быстрая поддержки клиентов, более высокая удовлетворенность пользователей, возможность анализа данных для повышения качества обслуживания

Все три чат-бота, представленные в таблице, обладают уникальными свойствами, которые способствуют решению различных бизнес-задач – от повышения эффективности взаимодействия с клиентами до автоматизации рутинных процессов. Каждый из них по-своему способствует повышению качества обслуживания и оптимизации бизнес-процессов, что особенно важно в условиях современной цифровизации. Применение этих технологий может иметь стратегическое значение для компаний, стремящихся повысить свою конкурентоспособность на рынке.

Таким образом, использование чат-ботов не только оптимизирует внутренние процессы предприятия, но и формирует более качественный опыт взаимодействия с потенциальными и существующими клиентами, что является важным аспектом устойчивого роста и развития любого предприятия в современных реалиях. Внедрение и умное использование инновационных технологий позволяет предприятиям оставаться на передовой и эффективно реагировать на вызовы рынка, обеспечивая долгосрочную конкурентоспособность.

Литература

1. Старикова, Е. Чат-боты, классические и репутационные воронки продаж. 40 реальных примеров / Е. Старикова. – Ridero, 2024. – 123 с.
2. MRF. – URL: <https://www.marketresearchfuture.com/> (дата обращения: 02.04.2025).

ДИЗАЙН В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

К. А. Лавренова

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

Научный руководитель Ю. С. Давыдова

Проведены исследования роли дизайна в маркетинге, включая его функции, виды, влияние на брендинг, современные тренды и психологические аспекты восприятия на примерах различных успешных брендов.

Ключевые слова: дизайн, маркетинг, брендинг, графический дизайн, упаковка, нейромаркетинг.

Цель работы – исследовать влияние дизайна на маркетинговые стратегии, его роль в формировании бренда и потребительского поведения.

Поставленная цель достигается решением следующих задач:

- определить ключевые функции дизайна в маркетинге;
- рассмотреть виды дизайна и их применение в маркетинговых коммуникациях;
- проанализировать роль дизайна в создании бренда и эмоциональной связи с аудиторией;
- изучить современные тренды в дизайне и их влияние на потребителей;
- исследовать психологические аспекты восприятия дизайна (цвета, формы, шрифты);
- рассмотреть влияние культурных особенностей на дизайн в глобальном маркетинге.

В данной статье объектом исследования является дизайн как элемент маркетинговых коммуникаций. Дизайн не существует изолированно, он всегда включен в систему маркетинговых коммуникаций. В условиях высокой конкуренции и перенасыщенности рынка именно дизайн помогает брендам выделяться, привлекать внимание целевой аудитории и формировать устойчивые ассоциации с продуктом или услугой.

Дизайн в маркетинге выполняет несколько ключевых функций:

- 1) визуально привлекательный дизайн выделяет продукт среди конкурентов;
- 2) логотипы, цветовые схемы, шрифты и другие элементы дизайна создают уникальный образ бренда;
- 3) дизайн помогает донести ключевые ценности бренда до аудитории;
- 4) эффективный дизайн упаковки, рекламных материалов и сайта стимулирует покупки.

Дизайн становится связующим звеном между продуктом и потребителем, формируя эмоциональную связь и доверие. Главное – знать потенциальных клиентов, которым адресован данный товар [1, с. 47].

В маркетинге используются различные виды дизайна, каждый из которых решает свои задачи:

- 1) графический дизайн: создание логотипов, рекламных баннеров, постеров, визиток (пример: логотип Apple, который стал символом инноваций и качества);