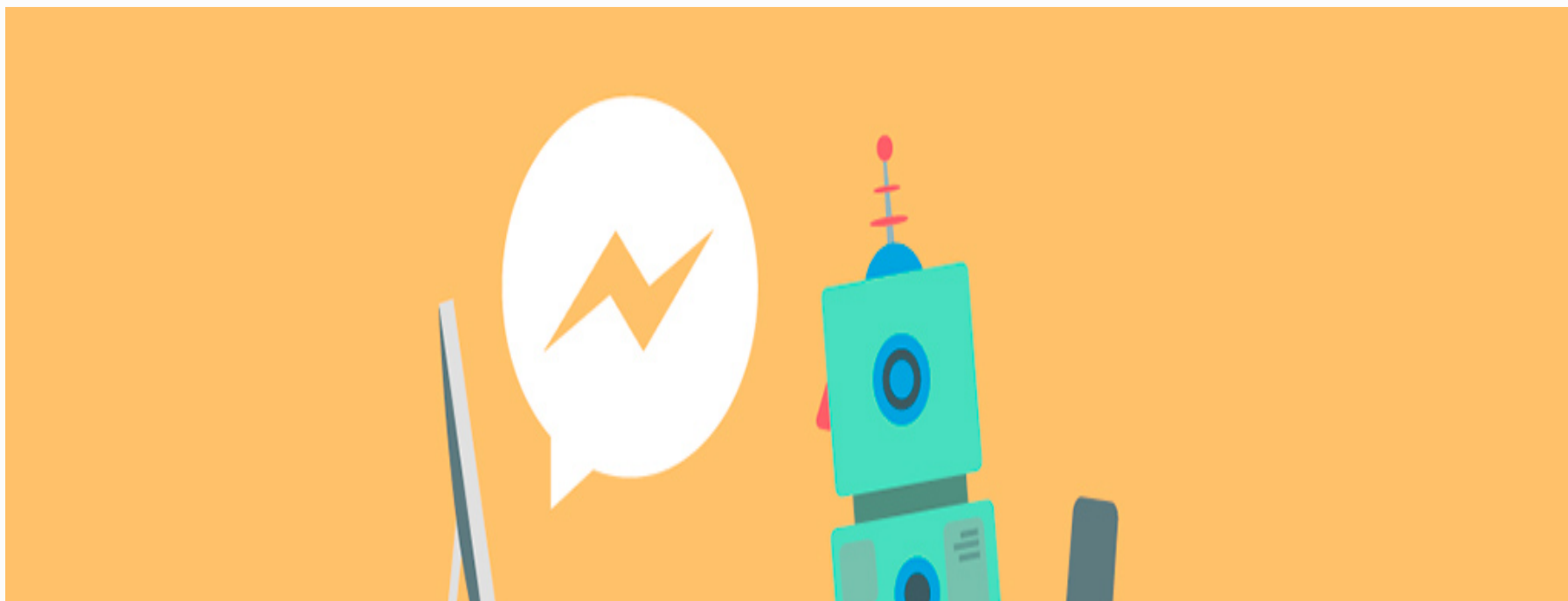


# Чатботы – технология для повышения конверсий и оптимизации работы

По мере развития бизнеса, представительства крупных компаний стали всерьез задумываться об использовании диалоговых программ в маркетинге. К этому подталкивает необходимость ведения блоков обратной связи, осуществления уточняющих звонков пользователей, аналогичные причины. На помощь пришел первый Verbot созданный в 1994 году – прототип сегодняшних talkbot, chatterbot или просто бот.





## Диалоговые программы: новый тренд маркетинга

Чатботы – это программный продукт, созданный для оптимизации работы сотрудника, обеспечивающего следующее:

- взаимодействие между звеньями коллектива;
- обратную связь с клиентами;
- дистанционную поддержку сотрудникам и заказчикам.

В отличие от стандартных голосовых помощников, чатботы многофункциональны. Они настроены на поиск и выдачу требующейся информации в реальном времени. Для поддержки сотрудника

используются текстовый или голосовой форматы, что значительно ускоряет обработку данных, независимо от источника их поступления: клиент или сотрудник компании.

Аналогичные технологии используются диалоговыми окнами различных мессенджеров. Наиболее популярные сегодня:

- Фейсбук Messenger (запущена бета версия);
- ВатсАпп;
- Telegram;
- Skype, другие.

Стоит лишь коротко упомянуть функционал подобных приложений:

- запись голосовых или видео напоминаний;
- мгновенный обмен текстовыми сообщениями;
- передача файлов разного формата;
- демонстрация экрана во время разговора;
- создание онлайн конференций, прочее.

Технологии чатботов подхвачены многими фирмами для ведения внутрикорпоративного общения, так и для работы с клиентами. Число пользователей подобных мессенджеров увеличивается с каждым днем. По неофициальной статистике, количество зарегистрированных участников превышает аналогичное значение для социальных сетей.

## Кому нужен чатбот не ради развлечения

Анализ стандартных рабочих ситуаций позволяет сделать некоторые обобщающие выводы. Когда же применение диалоговых программ становится действительно перспективным.

## Обслуживая покупателей из разных уголков мира

Владельцы именитых брендов, с клиентурой по всему миру всегда придерживаются собственного заявленного графика работы. Если это 24/7, значит, сотрудники должны справляться со взятыми обязательствами. Но трудовой кодекс, социальные программы, многое другое, наоборот, обязывают сокращать рабочий день и увеличивать время отпусков. Причем пополнение штата сотрудников тоже нельзя считать экономически выгодным решением. На помощь приходят чатботы. Они могут работать в любую погоду, одновременно в несколько режимах:

- осуществлять с клиентами;
- поддерживать подсказками сотрудников;
- регулировать необходимость прямого соединения между покупателем и оператором службы.

Однако это не единственный вариант применения диалоговых программ.

## Повторные покупки, чем помогут чатботы?

Уникальные приложения, которым доверены клиентские базы, невозможно использовать однобоко – только для организации общения. В них вложены электронные адреса, телефоны уже состоявшихся клиентов, на привлечение которых вложены немалые средства.

Среди всех маркетинговых фишек, электронная рассылка остается эффективным инструментом для

мотивации к повторным покупкам. Преимущество чатботов в том, что они могут стать голосовым оповещением о старте новой акции или других актуальных предложений компании. Установка мессенджера во время первой покупки решит все дальнейшие проблемы с этим. Как уговорить на это клиента? Просто, бот поможет отслеживать статус заказа в реальном времени. Сегодня чатботы - новая, диковинная технология, одновременно с этим – полезная. Поэтому клиенты с готовностью относятся к подобным предложениям.

## Расширение бизнеса: больше сотрудников или улучшение технологий

Желание перейти на новый уровень предпринимательства часто пресекается необходимостью приглашать новых сотрудников, арендовать большее помещение. Что не всегда осуществимо. Чатбот способен обслуживать сотни и даже тысячи клиентов одновременно. Не доверяете диалоговому приложению самостоятельное обслуживание клиентов? Пусть он выполняет роль виртуального секретаря, поддерживающего сотрудника информативно. Удержание новых привлеченных покупателей быстро окупит подключение нового сервиса.

## Работа с клиентами на всех этапах обслуживания

Несмотря на то, что покупки в сети стали обыденным делом, пользователи часто беспокоятся о том, все ли верно они сделали. Одновременно с этим все еще возникают вопросы, связанные со следующими подробностями:

- доставка, возврат, вариативность оплаты;

- подробности об оптовых и розничных товарах;
- график работы;
- существование торговых точек по городам, а также сервисных центров.

На все эти вопросы можно ответить клиентам, используя услуги чатбота. Таким способом решают следующее:

- устранения информационных пробелов;
- избавление сотрудников от рутинных обязанностей;
- снижения эмоциональной составляющей, если звонил клиент с претензиями;
- прочие попутные трудности.

Для экстренных случаев покупателю оставляют возможность переключиться на разговор с оператором.

Страницы интернет-магазина хотя и освещают товар достаточно подробно, оставляют некоторые вопросы не закрытыми. Позвольте, чатботу справиться с этой задачей. Ведь менеджер товара, отвечая клиенту, будет использовать компьютерные приложения, которыми сразу можно снабдить диалоговую программу.

В этой связи, полезна функция общения. Ее используют для ознакомления клиентов с продукцией, требующей детального сравнения. Преимущества очевидны: продавцу для сопоставления даже десятка изделий потребуются сутки. Тогда, как бот, задавая вопросы, выведет покупателя к интересующему его решению.

Представители сервиса LivePerson решили узнать, как много пользователей нуждаются в поддержке во время осуществления покупок. Результат впечатляет, это 83% онлайн клиентов. В данном случае,

чатбот выполнить роль посредника. Он соберет вопросы покупателя, вызывающие сомнения. Далее обработает их самостоятельно или передает оператору. Последний получит возможность вести подготовленный диалог с клиентом на тему его беспокойства. Подобные схемы применяются в работе банковских структур, страховых компаний, крупных дилеров.

Не меньшую пользу чатбот принесет брендам, продвигающим абсолютно новый товар. В случае, приложение используется для оповещения клиентов, одновременно сбор информации о том, как часто интересуются услугой или продуктом.

## Целевая аудитория – люди нового поколения

Нынешний век отличается тотальным недостатком общения. Это сопровождающегося нежеланием поговорить лишь бы с кем. Смс оповещения, голосовые сигналы создают ощущение постоянной востребованности, что частично решает личные проблемы самих клиентов. Дополнительно к этому, обученные боты позволяют покупателю знать все о состоянии его товара. Отслеживаются такие этапы покупки:

- заказ принят, обработан, формируется;
- товар укомплектован, передан перевозчику;
- доставлен в город назначения;
- прибыл к месту получения;
- покупка завершена.

Обо всем этом клиент может знать, находясь дома, работе или другом удобном месте. Виртуальный консультант – это скорость и точность решения проблем, вот почему современные люди

предпочитают общение с ним. Он никогда проявляет эмоций, всегда вежлив, одновременно с этим справедлив.

Другие методы использования чатоботов не исключены. Однако это целое маркетинговое исследование, которым на данный момент занимаются многие продвинутые бренды.

Между тем, статистика такова: 15% пользователей сети (в том числе через мобильные приложения) уже работают с диалоговыми программами и делают это постоянно.

---