

3 причины, по которым нужно внедрять чатботы уже сегодня



1. Выбор людей

Население планеты уже определило свои предпочтения.

Чтобы понимать происходящее - хорошо помнить прошлое. Чат-боты появились в ходе эволюции способов общения между людьми на расстоянии.

Чат бот – это инструмент.

Если рассматривать «ветку развития» эволюции коммуникационной

среды, то она выглядит, примерно так:

*E-mail → Сообщества (форумы, блоги) → Социальные сети →
Мессенджеры*

В соответствии с переходом людей от одного способа общения к другому менялись и приоритетные цифровые каналы привлечения клиентов. Если грубо, то можно выделить следующие:

Рассылка → SEO → Контекст → Таргетинг → Чат-боты

Причины есть у всего случившегося. Не исключением стал и этот тренд. Дело в том, что в 2015 году незаметно произошло одно ключевое событие - люди по всему миру решили, что общаться через мессенджеры им удобнее всего. В том году активность пользователей в четырех основных мессенджерах превысила активность пользователей в четырех основных социальных сетях.

Когда люди переходят в новую среду, туда, вслед за ними, всегда направляется и внимательный бизнес. Так было и будет, ибо выбор и выгода людей являются основанием маркетинга, ориентированного на привлечение клиентов.

Что такое чат-боты

По сути, чат-бот – это, просто, инструмент, программное обеспечение, которое реагирует на те или иные текстовые, аудиальные и пр. запросы пользователей. Чат-бот автоматизирует диалог между Вами и клиентом.

На сегодняшний день практически не осталось людей, кто ни разу не встречался бы с чат-ботами.

Это будет немного странно, но убедительно. Если вы сейчас в офисе среди коллег, громко и четко скажите: «Привет, Siri, расскажи о чат ботах», или, если сотруднике в офисе не так сильно налегают на внешнюю «успешность», попробуйте: «Привет, Алиса, расскажи о чат ботах»

Кто-нибудь из них откликнется. Да, общение с голосовым помощником, это тоже своего рода чат.

2. Многие уже умеют, крайне обучаемы

Боты - это не смыслы, это транспорт для смыслов, но транспорт передовой.

Современные боты умеют многое, при том, что они постоянно развиваются. Чтобы лучше понять выгоду от применения ботов можно разобраться с тем, какие виды сегодня уже применяются на практике.

Условная классификация чат-ботов:

1

По размеру:

- 1. Мини бот** (1-3 заготовленные фразы);
- 2. Средний бот** (3-20 различных сообщений с вариантами перехода между ними);
- 3. Большой бот** (50-∞ различных сообщений с вариантами перехода между ними).

2

По разумности:

- 1. Неинтеллектуальный** - жесткий алгоритм ответов, без возможности переходов с темы на тему по инициативе пользователя.
- 2. Псевдо интеллектуальный** - алгоритм ответов, с возможностью переходов с темы на тему по инициативе пользователя.
- 3. Искусственный интеллект** - чатбот интерпретирующий поступающую информация (обучающийся самостоятельно) для ответов на вопросы пользователей

3

По каналу общения:

- 1. Текстово-визуальный**
- 2. Аудио** (Алиса, Siri и пр.)

4

По бизнес-функции:

- 1. Сервис** - чат-бот службы поддержки клиентов, авто-ответчик, справочная. Принимает обращения круглые сутки, может произвести диагностику проблемы и предоставить варианты решения, в случае необходимости - связать с менеджером, записать на прием. Отвечает на вопросы существующих клиентов.
- 2. Маркетинг** - чат-бот - это один из наиболее нативных способов завести коммуникации с потенциальным клиентом. Он может участвовать во всех трех процессах цифрового маркетинга: привлечение, вовлечение, конверсия. Дает возможность выстроить коммуникации на языке вашей целевой аудитории, а также квалифицировать лиды через опросы, квизы, вариации ответов.
- 3. Продажи** - Является основой, "транспортным средством" для продаж

(тунелей продаж) нового поколения. По сравнению с автоматизацией через почту имеет более высокие показатели эффективности (открываемость 90% (e-mail 25%), CTR 30% (e-mail 5-7%). Бот может предложить Вашему клиенту зарезервировать дату и время для звонка/встречи с менеджером, записав это событие в календарь обоим - эта возможность нравится людям и повышает конверсию.

5

По цели: (вам должно быть сейчас чуть-чуть страшно, но у ботов есть свои цели):

1. СБОР ИНФОРМАЦИИ о том, с кем ведется диалог, прямо или косвенно, не важно как. Поиск его «проблем», его «боли». У всех есть желание получить что-то, но они могут еще не знать, что они хотят, а бот уже знает

2. ОТСЕВ из общей массы тех, кто не подходит под идеального клиента («аватар»).

3. РАССКАЗ о способах, методах и готовых решениях «проблемы» пользователя

4. "ПОДОГРЕВ" пользователя на покупку посредством череды полезных касаний.

5. ВЫРУЧКА

6

По инструментарию:

1. Бот справочник

2. Бот поисковик

3. Бот помощник

- забронировать отель
- купить билет
- напомнить о событии (позвони маме, спроси, как у неё дела)
- включить

3. Сильный тренд

Говорить со своими клиентами там, где они хотят и как они хотят и когда они хотят.

В большом смысле бум чат-ботов уже прошел (если о мире). После того, как Facebook открыл код для сторонних разработчиков развитие чат-ботов приобрело массовый характер. Был действительно большой ажиотаж и много инвестиций в эту область. Все это дало возможность зарождению коммуникационного маркетинга или мессенджер-маркетинга. Появляются школы, которые учат тому, как правильно

создавать контент, ведь тут нельзя рассказывать, тут можно делиться и обсуждать.

Одной из ближайших целей у бот-маркетинга стоит применение одного бота на разных устройствах - телефон, ПК, приложение. По мнению IBM это ключевой тренд текущего времени - дать доступ до коммуникаций через любое устройство.

Есть мнение, что мессенджеры на этом не остановятся и будет изобретен особый формат посланий, который сможет объединить все мессенджеры. Речь не о мульти-платформенных ботах, они есть уже и сейчас. Тут идет речь о том, чтобы из Viber можно будет отправлять послание в WhatsApp, как мы сегодня из посылаем друг другу письма из разных сервисов.

Gartner, в свою очередь, делится предположением, что развитые чат-боты смогут заменить приложения в целом. Предоставляя людям тот же функционал, боты не занимают места на телефоне, времени на скачивание и дадут возможность работать через "одно окно", не открывая разные приложения, как сейчас.

Быть или не быть?

Хотим мы того или нет, но есть процессы, на которые невозможно повлиять. Развитие цифрового мира неизбежно, равно как и его пересечение с нашим, реальным миром. Наряду с угрозами в этом есть и новые возможности, и решение об использовании этих возможностей находится на нашей стороне.

С каждым днем и практически в каждом рынке появляются новые, современные игроки - конкуренты из того поколения, где цифровые инструменты были уже с рождения. Они не адаптируются, наоборот, они очень качественно тестируют и быстро внедряют самые эффективные механики.

Современный клиент тоже меняется. По возрасту Ваша целевая аудитория могла остаться прежней, но по качеству - нет. Многие люди дня сегодняшнего отказываются от телевидения, на них не работают старые рекламные каналы (видимо, сработала система самосохранения), они очень взыскательны ко всему, что убивает их время, многие перешли с родного языка на эмодзи. Они даже не используют электронную почту. Это поколение уже тут, оно выросло и вступает в свои права. Факт. Говорить на их языке или нет - вопрос каждого современного бизнеса. И он открыт ;).

P.S. В другом материале мы поделимся практическими примерами (включая схемы) чат-ботов в различных бизнесах, а также разберем TOP 10 лучших ботов 2019 г. (по мнению одной из самых авторитетных бот-платформ в мире - ManyChat).

05 ИЮЛЯ / 2019

По всем вопросам свяжитесь с нами любым удобным способом:

E-mail: xmarketer@ya.ru
Телефон: **+7 902 608 22 75**

© All Right Reserved. [xMARKETER](#).