

Ткачук В.О., доцент кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин, к.е.н., Чалахешавілі Д.Г., студент, 2 курс, гр. ЕК–4, ФБСО Державний університет «Житомирська політехніка»

Чат-боти для бізнесу: вигоди та ризики застосування

В даний час широкого поширення набули системи віртуального спілкування з клієнтами на основі штучного інтелекту. Ці системи актуальні через швидкість доступу до інформації, можливість одночасної роботи в системі багатьох клієнтів, обмін інформацією, взаємодію з метою вирішення будь-яких питань, підтримки навчання (підвищення кваліфікації), комунікації з клієнтами та партнерами по бізнесу, проведення аналітичних досліджень, збору необхідної інформації та ін. Одним з варіантів реалізації системи віртуального спілкування з урахуванням елементів штучного інтелекту є чат-бот.

Чат-бот представляє собою програму, що виконує дії, які завчасно прописуються в алгоритмі з можливістю імітувати справжню розмову. Чат-боти не вимагають довгострокового налаштування, великий об'єм пам'яті. Користувачу не потрібно витрачати купу часу, щоб відкрити браузер, зайти в певний додаток, а достатньо відкрити зручний для себе месенджер (наприклад, Viber, Telegram, Facebook Messenger, WhatsApp) та перейти безпосередньо до діалогу з ботом. До речі, саме з інтенсивним збільшенням чисельності користувачів месенджерів пов'язане загальне зростання інтересу до чат-ботів.

Чат-боти в сфері бізнесу можуть виконувати різні функції, пов'язані із здійсненням внутрішніх та зовнішніх комунікацій на підприємстві, серед яких: автоматична розсилка документів, повідомлень, призначення зустрічей, обслуговування та консультивання клієнтів, з'ясування потреб клієнтів, надання відповідей на прості питання, пошук для клієнта подробиць щодо товару для остаточного прийняття рішення про його покупку. Також вони можуть збирати та аналізувати всю інформацію, отриману під час комунікації з клієнтами, задля подальшого поліпшення роботи чат-бота, так як у досліджуваного механізму є функція запам'ятовування отриманої інформації, автоматично збирати дані про клієнтів і при повторному зверненні надавати інформацію про запитуваний товар або послугу.

Чат-бот прекрасно допомагає залучати аудиторію, створюючи повноцінну сесію спілкування з клієнтом. Спілкування з ботом – це все одно, що розмова з менеджером з продажу: він може скеровувати клієнта, орієнтуючись на ключові слова в його відповідях. Інший плюс чат-бота полягає у тому, що йому не потрібен модератор – він працює автоматично, без участі людини. Також чат-бот підвищує конверсію будь-якого бізнесу, тому що може оформлювати замовлення 24/7, без перерв на обід або сон. Багато клієнтів оформлюють замовлення вночі, в такому випадку їм доводиться чекати ранку, щоб менеджер зателефонував і оформив замовлення, а чат-бот може сам підібрати потрібний товар, оформити замовлення та просто поспілкуватися з клієнтом.

Використання чат-ботів дає безліч переваг підприємству, що робить їх повноцінними нематеріальними активами. Причому покупка подібного активу може обійтися порівняно дешево, зате згодом принесе бізнесу більш ніж значиму вигоду. Сьогодні до переваг використання чат-ботів можна віднести: реальне збільшення прибутку підприємства, зниження витрат його діяльності; оптимізацію внутрішньоорганізаційних процесів; генерацію лідів; збільшення залучення користувачів та ін. Зокрема, підприємство ризикує втратити до 15% своїх доходів, якщо не буде оперативно реагувати на звернення та запитання клієнтів у соціальних мережах, месенджерах, і тим більше – телефоном. Чат-боти якраз і дозволяють оптимізувати систему обслуговування до максимального рівня.

За даними ПриватБанку, якими фінансова компанія поділилася на ChatBot Conference 2017, утримання чат-ботів обходиться на 90% дешевше, ніж повноцінного колл-центру. При цьому різниця між рівнями задоволеності клієнтів від спілкування з живим оператором і чат-ботом зовсім невелика й складає лише 10%. Крім того, сфера застосування віртуальних співрозмовників не обмежується одними лише колл-центрами. Чат-боти успішно виконують і цілий спектр інших завдань, включаючи: збір і обробку даних про клієнтів, включення їх до корпоративної бази даних; організацію опитувань і збір відгуків про товари підприємства; планування й нагадування про ділові зустрічі, поїздки; відправку розсилок в месенджери, що, до речі, куди ефективніше, ніж традиційні e-mail-розсилки. Практика показує, що кількість відкриття перших становить не менше 85%, а от у другому випадку – лише 10–30%. Чат-бот може відповідати на всі стандартні запити, зменшуючи навантаження на менеджерів. Це не тільки заощадить кошти підприємства, а й допоможе скоротити час, який фахівці з обслуговування витрачають на вирішення найпростіших проблем.

Для малого бізнесу чат-боти також можуть бути дуже корисними. Використовуючи чат-боти у месенджерах, малі та середні підприємства можуть відмовитися від витрат на створення власного сайту та мобільного додатка. Досить завести публік-акаунт в Facebook і прив'язати до нього чат-бота – і ось вже клієнти можуть робити покупки або замовляти послуги через соціальну мережу так само, як якщо б користувалися офіційним сайтом підприємства. Основним джерелом залучення клієнтів у такому випадку стає контекстна реклама безпосередньо в Facebook. Необхідність витрачатися на Google Ads та інші рекламні майданчики помітно знижується, що, в свою чергу, знижує витрати власників.

Зазвичай впровадження нових технологій – процес сам по собі недешевий. За ідеєю, так повинно бути і з чат-ботами, але вони в якомусь сенсі є винятком. Найпростіші алгоритми створюються швидко і не вимагають великих вкладень. Розробники чат-ботів навіть пропонують пакетні рішення у залежності від сфери застосування.

Якщо немає бажання звертатися за допомогою до сторонніх організацій – в інтернеті можна знайти безкоштовні платформи для створення чат-ботів. Одними з кращих у цьому плані вважаються Chattypeople (створює ботів тільки для Facebook, зате безкоштовна у використанні), FlowXO (тут можна створювати ботів для різних месенджерів, але велика частина функціоналу платна), Facebook Messenger Platform (складніше у використанні і теж вимагає оплати, зате офіційна та краще інтегрована у месенджер Facebook).

Найдорожчі боти створюються на основі рішень штучного інтелекту і технологій машинного навчання. До них можна віднести віртуальних помічників для мобільних телефонів, корпоративних асистентів. Вартість таких віртуальних співрозмовників може перевищувати 100 тис. дол.

Чат-бот здатний ставити необхідні та актуальні питання, переконувати клієнтів та швидко генерувати потенційних клієнтів. Це гарантує, що потік розмови йде у правильному напрямі, щоб отримати вищі коефіцієнти конверсії. Крім створення лідів, ще однією перевагою чат-бота є те, що чат-боти можуть допомогти сегментувати потенційних клієнтів.

Взаємодія з клієнтами є критичною вимогою для збільшення продажів та збереження зацікавленості клієнтів, і чат-боти – чудовий інструмент для цього. Оперативно відпрацьоване звернення – це вже «підігрітий» лід, якого простіше перетворити на клієнта. Важливо, щоб у сценаріях спілкування робота не було глухих кутів: навіть якщо бот не може відповісти на конкретні запит, він повинен зорієнтувати клієнтів, як ще вони можуть вирішити свою проблему. Цікаво, що 74% користувачів віддають перевагу чат-ботам у пошуках відповідей на стандартні питання при пошуку товарів та послуг, а 82% клієнтів стверджують, що цінують можливість отримати швидкі відповіді на свої питання.

На даний момент існує велика кількість корисних чат-ботів Telegram для бізнесу. З-поміж найбільш популярних з них можна виділити: *@Opendatabot* – допомагає підприємцям стежити за своїм бізнесом; *@ReporTax_bot* – розраховує податки платників єдиного податку 2 та 3 груп (фізичних осіб – підприємців та юридичних осіб), пропонує підставити дані у звітність та відправити до податкової служби; *@PatentBot* – дозволяє перевірити доступність назви торгової марки в Україні та в багатьох країнах світу, а також подати заявку на реєстрацію торгової марки та патентування (фіксацію авторських прав).

Незважаючи на свої очевидні переваги, чат-боти, як і будь-який інший актив, вимагають правильного використання. В іншому випадку їхнє впровадження в роботу бізнесу не дасть бажаного ефекту. Насамперед, слід пам'ятати, що всі створені чат-боти можуть замінити реальне спілкування між персоналом підприємства (операторами, менеджерами, консультантами) й клієнтами тільки в досить простих бесідах. Для вирішення складних питань все одно буде потрібна допомога живого консультанта. Виняток становлять хіба що сервіси, що надають послуги доставки продуктів харчування, покупки квитків, віддаленого запису до сімейного лікаря та ін. Вони дуже прості, і ймовірність того, що буде потрібна допомога реального співробітника, вкрай низька.

У той же час важливо забезпечити оптимальну працездатність чат-бота. Тобто, програма має працювати швидко, без помилок і підвисання. В іншому випадку є ризик втратити клієнта. Адже нікому не сподобається, коли при спробі прийняти замовлення програма переплутає вимоги покупця або відповідатиме з великими інтервалами.

Також не варто намагатися замаскувати бота під живу людину. Краще відразу попереджати клієнтів, що з ними спілкується алгоритм. Так, по-перше, чесніше, а саме чесність при обслуговуванні покупці цінують найбільше. По-друге, попередивши людей заздалегідь, можна уникнути неприємних непорозумінь у разі некоректної роботи бота. Уявімо, наприклад, що щось пішло не так, і ваш бот, відповідаючи клієнту в месенджері, раптом почав дублювати всі свої повідомлення. Людина, як мінімум, вирішить, що на підприємстві працює дивний персонал і навряд чи захоче звертатися туди у подальшому. А якщо він буде знати, що перед ним бот, то відразу зрозуміє, що це технічна несправність і, можливо, сам же попередить про це живих співробітників.

Отже, чудовим доповненням для сучасного бізнесу є чат-боти, які допомагають залучати аудиторію, створюючи повноцінну сесію спілкування з клієнтами. До переваг використання чат-ботів можна віднести: реальне збільшення прибутку підприємства, зниження витрат його діяльності, оптимізацію внутрішньоорганізаційних процесів, генерацію лідів, збільшення залучення клієнтів та ін. Разом із тим чат-боти вимагають правильного використання (для відповідей на прості запитання та з акцентуванням уваги клієнта на тому, що він спілкується з ботом). Інакше їхнє впровадження в бізнес-процеси не дасть бажаного ефекту.