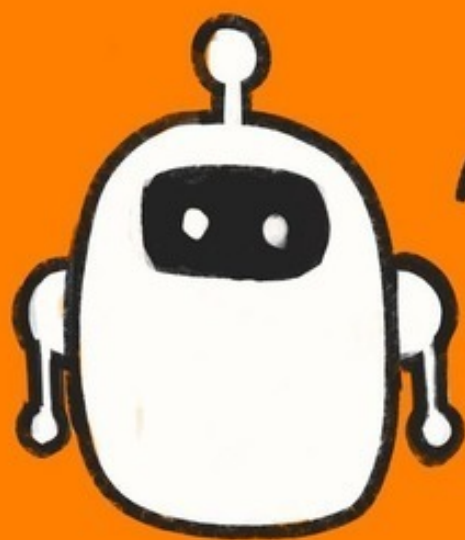


КСЕНИЯ БУШМЕЛЕВА



БОТ В
ПОМОЩЬ

ПОШАГОВЫЙ РАЗБОР

ЧТО ТАКОЕ
ЧАТ-БОТЫ

И КАК ОНИ ПОМОГАЮТ
ЗАРАБАТЫВАТЬ БОЛЬШЕ

НАЧАТЬ ЧИТАТЬ >>

Ксения Бушмелева

**Бот в помощь. Книга-практикум
по созданию чат-ботов и
автоматизации бизнеса**

«Издательские решения»

Бушмелева К. Г.

Бот в помощь. Книга-практикум по созданию чат-ботов и автоматизации бизнеса / К. Г. Бушмелева — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-594387-3

Чат-боты получили распространение в бизнесе. Но для многих так и остаётся загадкой, как их использовать и на них зарабатывать. Поэтому я сделала книгу «Бот в помощь» максимально полезной и простой для понимания. В ней вы найдёте ответы на вопросы по данной теме. А ещё лайфхаки для увеличения заработка, примеры из практики, QR-коды и ссылки, которые позволят познакомиться с ботами ещё ближе. Книга для маркетологов, smm-специалистов, таргетологов, копирайтеров, фрилансеров, предпринимателей.

ISBN 978-5-00-594387-3

© Бушмелева К. Г.
© Издательские решения

Содержание

#Марафон Благодарности	6
От автора	8
Инструкция по работе с QR – кодами	12
Глава 1. Что за зверь чат-бот и зачем он нужен в маркетинге?	13
Какие бывают боты?	16
Глава 2. Применение чат-ботов в разных нишах	22
Инфобизнес и образование, мероприятия	23
Конец ознакомительного фрагмента.	24

Бот в помощь

Книга-практикум по созданию чат-ботов и автоматизации бизнеса

Ксения Григорьевна Бушмелева

Редактор Наталья Александровна Суббота

Редактор Николай Сергеевич Бушмелев

Выпускающий редактор Наталья Сергеевна Шаверина

Дизайнер обложки Татьяна Владимировна Сиренко

© Ксения Григорьевна Бушмелева, 2022

© Татьяна Владимировна Сиренко, дизайн обложки, 2022

ISBN 978-5-0059-4387-3

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

«Это лучшая книга по чат-ботам, которую я когда-либо читал! Она написана профессионалом-практиком, который собрал не одну сотню чат-ботов. Автор перенёс на страницы книги весь свой огромный опыт.

Книга будет полезна в первую очередь как практическое пособие по сборке чат-ботов. Она доступным и понятным языком погрузит новичков в мир автоматизации бизнеса».

Вадим Твердохлеб, генеральный директор маркетинговой IT-компании и учебного центра ООО «ИВЦ 8 бит»

«Представьте себе жизнерадостную блондинку. Представили? Теперь представьте, что она инженер-конструктор. А теперь представьте, что она спроектировала и собрала самый надёжный автомобиль, на котором комфортно ездить, а глаз радуется при его виде. Вы бы к такому человеку пошли учиться автомобилестроению или Владимиру Васильевичу, который сыпет умными терминами, цинично глумится над новичками, знает 1000 способов сомневаться в том, что что-то будет работать и уж тем более он без понятия как продать своё творение, поскольку клиентов он заваливает своими умными теориями? Несмотря на то, что я был вторым типажом, учиться нужно именно у первых. Эта книга написана первым типом специалистов.

Понятным языком: бери, делай и зарабатывай. Всё что нужно.

Конечно, скептический читатель заметит (вроде Владимира Васильевича): «Ха-ха, как можно сделать бота по книге? Боты такие ёмкие, что на скриншоте в книге не будет видно всей схемы». На это есть отдельные приятные моменты – автор книги, Ксения, дала QR коды в соответствующих главах на действующих ботов, инструкции и другие приятные для вас бонусы.

Кайфуйте и зарабатывайте».

--

Гоним Егор

Тот, в чьи автоворонки легко попасть, сложно выйти и невозможно забыть.

#Марафон Благодарности

У меня есть традиция. Соблюдаю её уже пятый год подряд. Под Новый год сажусь и пишу письма от руки тем людям, которые в уходящем году приняли важное участие в моей жизни. Это люди, благодаря которым я менялась, развивалась, достигала новых результатов.

Сегодня мне представилась замечательная возможность озвучить благодарности тем людям, которые помогли мне сделать супер результат этого года! Это самая трепетная и волнительная часть книги. Концентрат добрых эмоций к тем, кто помог осуществить мечту – опубликовать книгу. Мою первую книгу!

То, что сейчас я испытываю, когда пишу слова благодарности – не передать словами. Это высшая степень обмена энергией с миром, людьми, которые приняли участие в данном проекте. Что ж, приступим...

Пользуясь правом автора и творца, хочу отбросить синдром самозванца, тень стеснения и первое СПАСИБО сказать себе: «Ксюша, ты молодец! Сфокусировала своё внимание на этой задаче и решила её. Успешно! Хотя до этого вынашивала эту мысль около трёх лет. Здорово, что книга родилась легко и о той теме, которую ты любишь!»

БОЛЬШОЕ СПАСИБО я хочу сказать своему дедушке. Моему секретному мотиватору, ради которого я писала (хотя он об этом не знал). Именно ради него я старалась вовремя сдавать главы, торопила дизайнеров и специалистов по вёрстке. Мой дедушка – Бушмелев Николай Сергеевич – журналист. У него написаны очерки «К заветной цели» и «На отцовской земле». Опубликованы несколько книг: «И дороже и родней», «За околицей», «В стороне Юкаменской» (Бушмелев Н. С. – редактор, составитель и один из авторов), «Память огненных лет».

Сейчас ему 82 года. Мне очень хотелось с помощью книги показать родному человеку, делом всей жизни которого была журналистика, что «мы одной крови». Было важно, чтоб он познакомился с моей рукописью и увидел, что нить поколений продолжается. Дедушка, СПАСИБО тебе за яркий, живой пример, которым ты показал, что автором быть можно и реально!

Спасибо моему окружению, коллегам, друзьям, кто верил, поддерживал и вдохновлял идти к цели.

Благодарю Наталью Суббота, с которой мы встретились на курсе Егора Гонина «Кайф». Наташа – прекрасный копирайтер. Очень рада, что мы познакомились, и ты согласилась быть тем человеком-дедлайном, которого я искала. Наташа была человеком, перед которым я держала слово: писала главы к назначенному сроку и отправляла ей. Она помогла отредактировать первый вариант текста.

Отдельное СПАСИБО Егору Гонину за то, что создал продукт, благодаря которому мы познакомились с Натальей. Ведь если бы не ты, сколько бы времени я ещё вынашивала идею? И кто знает, написала бы вообще?

Благодарю Вадима Твердохлеба, генерального директора маркетинговой IT-компании и учебного центра ООО «ИВЦ 8 бит». Вадим, СПАСИБО, что откликнулись на мою просьбу

о консультации. Вы как эксперт и автор трех книг вовремя поддержали, поделились контактами специалистов, которые помогли финишировать в моём литературном забеге.

Благодарю
Благодарю
Благодарю.



От автора

Во благо маркетинга, лидов и больших продаж.

Приветствую тебя, уважаемый читатель! Хочу рассказать тебе о своих результатах в работе и дать несколько советов, которые, надеюсь, пригодятся. Итак, начала я с нуля. Без опыта программирования и кодирования. На тот момент, когда стала изучать тему ботов, немного разбиралась в сайтах, автоматизации, CRM. Услышав трендовое слово «чат-боты», загорелась, с головой ушла в новое для меня дело. Учась на первых ошибках и экспериментируя, создавала для клиентов интересные решения по автоматизации.

В итоге за 2021 год сделала ботов на 2,3 млн в одиннадцати нишах: авто, бьюти, ритейл, инвестиции, онлайн-образование, IT, медицинские услуги, строительство, Торги, HR-сфера и др.

Хм, конечно, я могла не писать про цифры. Но ведь многих волнует это...

Так как я в этой сфере давно, то постоянно слышала от людей фразу: «А у тебя есть курс по чат-ботам?» Да, он у меня есть. Но многие не готовы сразу погружаться в тему и тратить значительные суммы на обучение без понимания, подойдёт ли им это и как это может пригодиться.

Тогда у меня возникла идея написать книгу, чтобы каждый желающий за довольно скромную стоимость мог познакомиться с этой сферой поближе, погрузиться в неё. Это, так скажем, краткий мини-курс, только в словах и картинках. За пару вечеров ты поймёшь – интересна тебе эта тема или нет, как ты сможешь применить знания на практике. И далее уже примешь решение, идти обучаться этому мастерству или лучше отдать заказ на аутсорсинг.

Если ты специалист или эксперт в области интернет-маркетинга и хочешь узнать, что такое боты, как можно зарабатывать в этой сфере или как они помогают развивать бизнес, то ты читаешь нужную книгу. Если ты предприниматель и хочешь внедрить чат-боты в свой бизнес, но не знаешь как или не знаешь, как увеличить продажи и автоматизировать процессы, то читаешь нужную книгу.

Представленный опыт собран по крупицам. На сегодняшний момент я не нашла стоящей книги, написанной российскими авторами, по данной нише. Поэтому решила сделать свою книгу максимально полезной и простой для понимания.

В книге ты найдёшь ответы на все те вопросы, которые возникали у меня, когда я сама проходила этот путь. А ещё лайфхаки для увеличения заработка, примеры из практики и QR-коды и ссылки, которые позволят тебе познакомиться с ботами ещё ближе. Они обеспечивают быстрый доступ к дополнительным материалам, которые помогут освоить новую тему.

На всякий случай прилагаю инструкцию по работе с этим инструментом. Её ты можешь прочитать в конце этой главы.

А в конце книги тебя ждёт практическое задание, выполнение которого позволит тебе выделиться на фоне конкурентов.

Но это ещё не всё знакомство. Понимаю, хочется скорее приступить к чтению. Но! Для начала важно, чтобы мы с тобой разговаривали на одном языке и ты меня понимал. По мере чтения ты встретишь некоторые, возможно, незнакомые слова. Познакомься с их значением в словаре ниже.

Предлагаю пробежаться по терминологии.

Термин	Значение
Воронка	Продвижение клиента по этапам взаимодействия с компанией/экспертом с помощью сообщений от первого взаимодействия (касания) до покупки товара/услуги
Квалификация клиента	Сбор информации о клиенте, его готовности купить продукт
Кодинг	Процесс написания программного кода или скрипта на языке программирования для выполнения определённого алгоритма действий. Этим занимаются программисты
Конверсия	Отношение числа человек, совершивших целевое действие, к числу человек, которые могли бы его совершить. Например, число посетителей, вступивших в чат-бот, к числу тех, кто оставил заявку на продукт в самом чат-боте.
Конструктор чат-ботов	Специальная платформа/сервис для создания чат-ботов. В нём можно собрать последовательно сообщения, которые будет отправлять бот вашим клиентам
Лид	Понятие имеет два значения. Во-первых, лид в продажах — это потенциальный клиент, который может совершить покупку. Во-вторых, лид в маркетинге — это контакт (например email-адрес), который используют в маркетинговой воронке
Лид-магнит	Бесплатное предложение, которое несёт пользу потенциальным клиентам и служит первым этапом знакомства с экспертом/компанией. Например: электронная книга, чек-лист, гайд, шаблон, подарок, консультация и т.д. Чтобы его получить, пользователям надо оставить контакты в специальной форме
Мини-лендинг	Небольшая отдельная страница сайта или одностраничный сайт, в которой есть возможность разместить картинку, заголовок, описание (рекламный текст) и кнопки для подписки на чат-бот в мессенджеры. Данные страницы формируются на платформе-конструкторе для создания чат-ботов

Нативная интеграция	Незаметно встроенный рекламный блок в сюжет повествования/передачи/вебинара
Онлайн-чат на сайте	Специальное окно для переписки клиента и представителя компании на сайте, где посетитель может задать вопрос и получить быстрый ответ от специалиста компании
Триггер	Событие, которое запускает цепочку действий
Фрилансер	Человек, который сам организует свой труд и обеспечивает себя клиентами. Продает свои услуги/товары, получает прибыль, платит налоги
Чат-бот	Автоматические сообщения в мессенджерах или на сайте, которые заранее написаны. Имитируют реальный разговор между компанией/экспертом и пользователем
No-code решения	Способ создания чат-ботов или приложений в специальных конструкторах/сервисах, которые позволяют пользователям, которые не являются техническими специалистами, реализовывать механизмы (чат-боты, приложения), не написав при этом ни одной строки кода на языке программирования
NPS (Net Promoter Score)	Индекс потребительской лояльности — показатель, отражающий, насколько сильно пользователи любят или ненавидят вашу компанию
Telegram-воронка	Воронка коммуникации с клиентом, выстроенная на базе одной социальной платформы - Telegram. Состоит из элементов: рекламное объявление + промежуточная посадочная группа/канал, где описан оффер + дополнительный канал для обработки входящих заявок

Получи полную версию словаря маркетолога по [ссылке](#), если читаешь электронную книгу, или...



Инструкция по работе с QR – кодами

Сканирование QR-кода на базе IOS

Сканировать QR-код можно в приложении «Камера». Для этого:

1. Открой программу «Камера» на экране «Домой», в «Пункте управления» или на экране блокировки.
2. Выбери основную камеру. Держи устройство так, чтобы QR-код находился в видеосканирующей области приложения «Камера». Устройство распознает QR-код, о чём появится соответствующее уведомление.
3. Коснитесь уведомления, чтобы открыть связанную с QR-кодом ссылку.

Как сканировать QR-код на смартфоне на базе Android

1. Открой установленную программу для чтения QR-кода на мобильном телефоне.
2. Направь камеру смартфона на штрих-код, чтобы он полностью входил в обозначенные рамки.
3. Если код автоматически не считался, то нажми клавишу спуска затвора камеры.

Для смартфонов на базе операционной системы Android создано огромное множество различных программ для чтения QR-кодов. Принцип работы у приложений практически идентичен, поэтому их выбор зависит от вкусовых предпочтений пользователя.

Глава 1. Что за зверь чат-бот и зачем он нужен в маркетинге?

Чат-боты (далее ЧБ) ты встречаешь на каждом шагу. Ну, хорошо, пусть не на каждом, но пару раз в неделю точно. Например, запись на портале госуслуг или в платную клинику, заказ суши в мессенджере, голосовые боты-обзвонщики, которые предлагают прийти на вебинар.

Клик мышкой, второй – и ты уже подписался на группу, опомниться не успел, как вписался в рассылку и попал в бот. Он с тобой общается как друг. Присылает голосовые, видео, вайбы – видеокружочки в Telegram. По факту, прогревает тебя к продаже продукта и продаёт. Если бот сделан хорошо, то складывается ощущение, что отвечает живой человек. Степень доверия к автору/эксперту/компании растёт.

Проще говоря, ЧБ – это виртуальный помощник, задача которого экономить время создателя, общаться с клиентами и выявлять их потребность 24/7. Все ответы для него прописываются заранее с учётом целевой аудитории (ЦА), для которой он предназначен. Он рассказывает об услугах, продукте, записывает на консультации, присылает документы, полезные материалы, подарки, прайсы, фото- и видеопрезентации.

Основная функция чат-бота – давать быстрый и чёткий ответ на вопросы. Например, о наличии товара, доступности заказа, часах работы компании или общей информации о ней.

Почему важен быстрый и чёткий ответ для клиента?

Все мы привыкли буквально жить в мессенджерах. Они приучили нас к быстрым ответам. Теперь мы ждём такой же скорости ответа не только от родственников, друзей и знакомых. Такое общение ожидается и от компаний, экспертов. Оставляя заявку на сайте, задавая вопрос онлайн, большинство пользователей хотят получить ответ тут же либо в течение 10 минут. Лишь малая часть согласна подождать в течение дня.

Но чем дольше вы не отвечаете, тем больше становится разрыв между компанией и клиентом. Доверие и его заинтересованность в продукте ослабевают, интерес гаснет. Клиент будет доверять и разговаривать с тем, кто будет первым и окажет понятное, быстрое содействие в его вопросах. От компании для быстрых ответов в чатах потребуются большие человеческие и финансовые ресурсы, если нанимать штат специалистов. Бизнесу в этом вопросе помогают ЧБ. Они повышают скорость работы и заменяют человеческий ресурс на первых этапах взаимодействия с клиентом.

В общем, отличная вещь, которая ответит каждому твоему клиенту в любое время суток. А значит, ты можешь спать в палатке у моря, и клиент не будет брошен в ночи с его заказом. Бот поможет решить вопрос, клиент не сольётся на полпути и дойдёт до покупки. Это инструмент, который помогает тебе общаться и продавать.

А ещё ЧБ увеличивает средний чек, подключает человека в программу лояльности, возвращает клиентов и сопровождает мероприятия. Упрощает общение между компанией и клиентами, обучает персонал, сегментирует аудиторию. И даже регистрирует на мероприятия

и напоминает статус заказа. Короче, плюсов и преимуществ у бота масса. Минусы тоже есть, скрывать не буду. Но они возникают там, где бот не доработан, сделан халатно, на скорую руку или там, где от него ждут волшебства.

Главное – знать цель создания и продумать сильного ЧБ. (Помни, что за каждым крутым ЧБ стоит профессионализм того эксперта, кто его создал.)

Кому вообще нужны ЧБ? И для чего так заморачиваться?

ЧБ экономит время, охватывая больше клиентов, так как он ведёт диалоги с несколькими сотнями, тысячами людей одновременно.

Смотри, сколько от него выгод:

- *повышает узнаваемость бренда;*
- *является инструментом геймификации;*
- *вовлекает пользователя в общение с компанией, экспертом;*
- *повышает качество и скорость обработки лидов/заявок,*
- *люди общаются «на ходу» 90% времени. В среднем, 3 мессенджера * 25 раз в день. (Понимаешь, как важно «быть в телефоне» у потенциальных клиентов?);*
- *упрощает работу менеджеров. Платформы тянут данные профилей из мессенджеров и соцсетей. И отправляет данные в CRM;*
- *общение с клиентом 24/7. Круглосуточный поток клиентов;*
- *экономия на работе менеджера, особенно, если низкий средний чек;*
- *отстроит бизнес от конкурентов;*
- *поможет решить задачи, где высокий трафик и нужно одновременно обрабатывать запросы многих пользователей (регистрация, отправка информации, приглашение на эфир и т.д.).*

ЧБ – верный помощник:

1. В сфере услуг (B2B, B2C). Причём, особенно в B2C.

Например, индустрия красоты, шиномонтаж, любые консультационные услуги, кафе. В этом сегменте общение с клиентом частое и требует времени для консультации. А вопросы, в целом, однотипные.

Вопросов от клиентов поступает много, менеджер тратит время на обработку входящего запроса. А к сделке (покупке) приходит лишь малая часть. Здесь выручит бот. Он узнает имя клиента, подробно расскажет об услуге, точно спросит номер телефона, а не скажет ему «если что, звоните», и даже предложит свободное время записи.

Разумеется, если есть CRM, отправит все данные туда. Автоматически. И никогда не забудет это сделать.

2. В малом/среднем бизнесе. Для работы с клиентами и сотрудниками. ЧБ можно создать даже под рекламную акцию, вебинар или запуск онлайн-курса.

3. Фрилансерам, консультантам, специалистам индустрии красоты, handmade-мастерам, ведущим, экспертам и т. д. ЧБ презентует услуги и товары, соберёт и сохранит базу потенциальных клиентов, с которыми можно системно работать. Или он может проводить человека по небольшой прогревающей воронке и в итоге продать товар/услугу.

Что ещё умеет наш виртуальный помощник?

ЧБ узнаёт интересы клиентов, консультирует их. Здесь самое главное – качественно прописать его ответы, чтобы клиенту они были понятны. Их программируют через выбор кнопок. Хотя программируют – это даже слишком сильно сказано. Ведь сейчас есть много платформ, которые работают по принципу low-code, то есть с минимальными навыками программирования. Ты просто ставишь блоки в нужной последовательности и выставяешь определённые настройки. Но не буду забегать вперёд. Об этом у нас будет отдельная глава.

А ещё ЧБ можно заточить на распознавание ключевых слов, по которым бот начинает работать. Если при ответе клиент вводит нужное слово, ЧБ понимает, какая ветка должна сработать. И ведёт человека по нужному пути диалога.

Какие бывают боты?

Есть два типа ботов по сложности: линейные и динамические, то есть с искусственным интеллектом.

Линейные боты присылают готовые ответные сообщения и работают строго по алгоритму. В них прописаны тексты, которые идут один за другим, логика разговора и варианты ответов на вопросы. Робот реагирует на нажатие кнопки или конкретные фразы-триггеры в сообщении. Если пользователь спросит что-то не предусмотренное алгоритмом, бот позовёт в чат оператора. Или скажет, что не понимает вопроса. Ну, вот такой он, без вариантов. Такие боты собирают информацию и принимают заявки.

Собрать линейного чат-бота можно самостоятельно, без знания кода. Алгоритмы создаются в визуальном редакторе – достаточно продумать, как именно робот должен реагировать на конкретные сообщения.

Динамические (саморазвивающиеся) боты тоже работают по алгоритмам, но более сложным. Они могут отвечать на конкретные слова, а также понимают смысл запроса и предлагают варианты решения проблемы. Эти интеллектуалы сами себе программисты. Они обучаются, копят базу ответов, сами подстраивают ветки под ответы пользователя. Главное, чтобы мир не захватили. Но есть мы с тобой – повелители ЧБ. И мы этого не допустим.

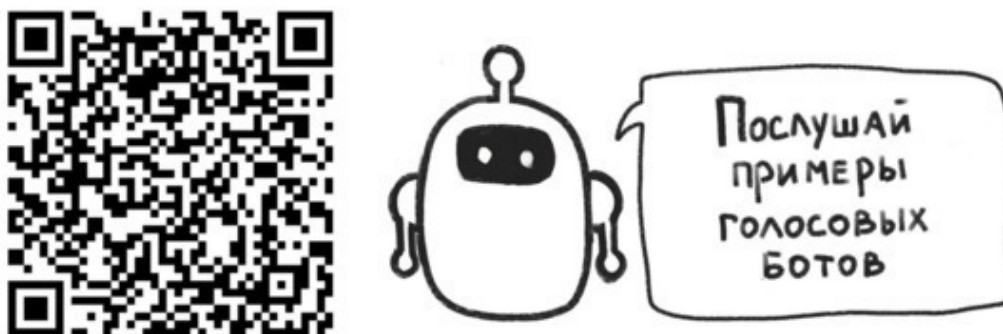
Разработка ЧБ с искусственным интеллектом стоит уже совсем других денег – это настоящее программирование и прерогатива крупных брендов. За их созданием скрыта большая работа: использование технологий распознавания и синтеза речи, технологии понимания естественного языка, алгоритмов машинного обучения и т. д. Даже программисту в одиночку создать такого бота бывает сложно.

Малый бизнес, эксперты могут использовать no-code решения: платформы, на которых можно собрать робота без вмешательства в код.

А ещё у ботов есть разный формат общения с клиентами:

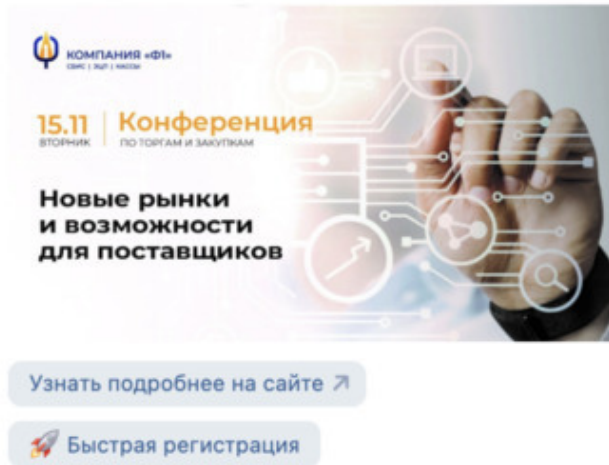
– голосовая навигация

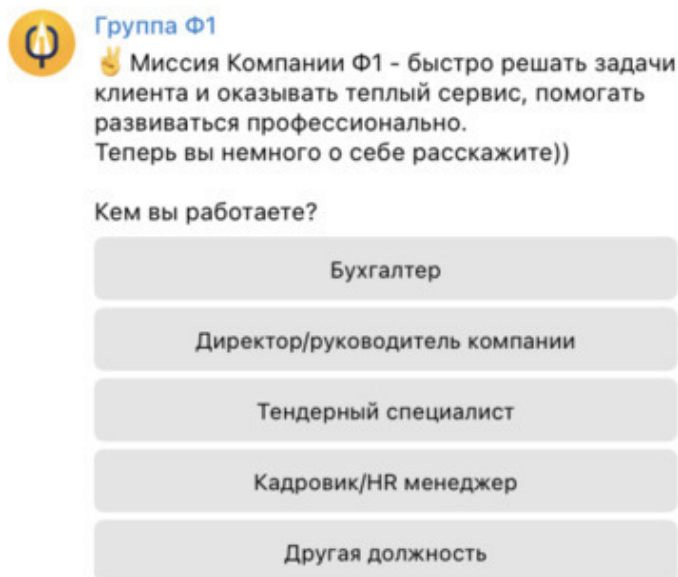
Клиент общается с ботом голосом. И получает от него голосовые ответы. Иногда просто нереально отличить, разговариваешь сейчас с роботом или живым человеком – до чего техника дошла. В этом случае бот распознаёт речь человека и понимает, какой текст дальше сказать клиенту. Ты можешь прослушать примеры таких ботов. Для этого пройди [по ссылке](#). Или отсканируй QR-код.



– **навигация с помощью кнопок.**

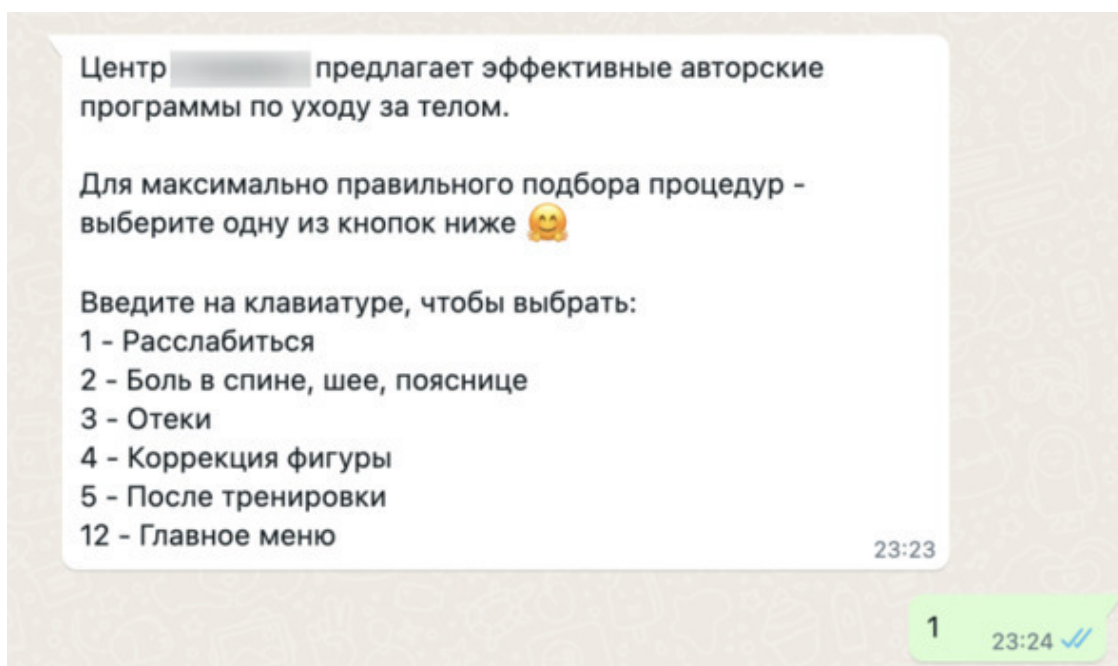
Видел в переписке кнопки «Получить скидку», «Узнать подробности», «Хочу на курс»? Это всё тот самый ЧБ. Хотя кнопки бывают разные, и чем больше это напоминает игру, тем легче вовлекается человек. Все любят нажимать кнопочки, да ещё и с эмодзи.





– текстовая навигация

Бот задаёт вопрос человеку и предлагает написать в ответ цифру или слово. Человек пишет запрашиваемый текст, и бот ведёт его по нужной ветке диалога.



Лично я за экологичные боты, которые выступают в роли помощника менеджера по продажам и превращают процесс общения между клиентом и компанией или тем, кто продаёт, в игру. Это весело и захватывающе. Во всех нас живёт ребёнок. Нужно лишь дать ему повод, оформить это правильно, и он вовлекается в игру.

Но важно помнить, что чат-боты – это не волшебная таблетка! Это в первую очередь лишь один из инструментов маркетинга, с помощью которого вы можете собирать базу, общаться с ней и выстраивать взаимодействие с целевой аудиторией таким образом, чтобы аудитория захотела купить ваш продукт.

Ботов можно улучшать, чтобы в итоге конверсия в заявки на ваш продукт/услуги выросли и аудитория захотела их купить. Если ты думаешь, что, создав чат-бот, не нужно будет его обслуживать, то не увидишь того результата, который ожидаешь.

За любым ботом нужны уход, присмотр и оптимизация, то есть его улучшение. Даже когда покупаешь цветок, нужно его поливать, чтобы он зацвёл. Здесь так же.

Поэтому ЧБ – это твои инвестиции, которые будут приносить дополнительную прибыль при качественной работе с данным инструментом.

Разберёмся заодно и с тем, каким должен быть грамотно прописанный бот.

Он должен помогать и быть реально полезным! А для этого он создаётся по стандартам, которых не найти в законе о рекламе или маркетинге. И в книгах по ЧБ тоже (да и их, заслуживающих внимания, пока нет). Поэтому я вывела их из практики сама.

Эти пункты важно учитывать, если ты действительно хочешь помочь клиентам, а не просто получить «модную» игрушку в бизнес.



А теперь итог всему сказанному

ЧБ – это автоматические ответы виртуального помощника в режиме онлайн. Круглосуточно и без перерывов. Он отвечает на вопросы клиентов и ведёт их по заранее подготовленному сценарию к целевому действию: покупке, сделке, заказу, записи на вебинар/тест-драйв/demo-day и т. д. Собирает важную информацию от клиентов и передаёт её в CRM. Таким образом, ты быстро реагируешь на запросы пользователей. Продажи растут, а ты инвестируешь свободное время в более значимые задачи.

Бот экономит время менеджеров по продажам и помогает продавать больше.

ЧБ ещё активно используют в HR-сфере для найма, обучения и адаптации сотрудников. Эффективность кадровых специалистов и процент обучаемости персонала взлетает космически!

Хочешь узнать подробнее, в каких нишах ещё применяют ЧБ и каким должен быть реально полезный бот, читай следующую главу.

Глава 2. Применение чат-ботов в разных нишах

Если ты эксперт, специалист или владелец бизнеса и не маркетолог, то бывает трудно сразу понять, какую пользу принесёт тебе ЧБ. Поэтому-то я и решила написать данную главу, чтобы рассказать, как они помогают в продажах.

В ней я перечислю, где применяют бота, а в следующей ты увидишь, как с его помощью продавать больше.

Итак, поехали. В каких нишах применяется ЧБ и какую задачу он там выполняет.

Ниши:

- *инфобизнес и образование. Edtech;*
- *товарный бизнес, услуги;*
- *медицина;*
- *индустрия красоты: бьюти и фитнес – Wellness, и везде, где есть онлайн-запись;*
- *рестораны/кафе;*
- *мероприятия;*
- *HR;*
- *строительство/недвижимость.*

И чуть подробнее о том, что делает бот в каждой нише. Для наглядности буду приводить примеры из практики.

Инфобизнес и образование, мероприятия

Что делает бот:

- выдает цепочки сообщений в ЧБ, которые подогревают клиента к покупке, либо доводят до покупки (автоворонки);
- знакомит со школой, курсом, продуктом, мероприятием;
- оповещает о вебинарах или эфирах;
- присылает задания;
- собирает NPS;
- квалифицирует лидов.

Пример из практики:

Ко мне обратился клиент – онлайн-школа английского языка – с задачей снизить процент недозвонов в компании. Дело в том, что клиенты заполняли заявки на сайте, а когда менеджеры им перезванивали, те уже не брали трубку. Так образовалась проблема недозвонов, объём которых составлял 30%.

Была поставлена цель с помощью внедрения чат-бота улучшить показатели. У клиента была внедрена АМОСМ, что давало возможность настроить автоматическую отправку сообщений в WhatsApp, которые при взаимодействии запускали бота.

Вот какую механику решения этой проблемы мы применили:

Шаг 1. Клиент заполняет заявку на сайте – она падает в неразобранное.

Шаг 2. Менеджер берёт в работу заявку

Шаг 3. В случае если менеджер не дозванивается до клиента, он передвигает сделку в стадию «недозвон».

Шаг 4. На стадии «недозвон» – автоматически отправляется сообщение в WhatsApp клиенту и далее их обрабатывал чат-бот с прогревом.

Результат у клиента. Статистика после трёх недель пользования:

- *Количество недозвонов – 24%. Было – 30%*

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.