

Простыми словами про чат-ботов
для популярных мессенджеров

Мини-энциклопедия мессенджер - маркетинга от практиков



16+

Антон Гончаров и Юлия Семахина – основатели Гильдии разработчиков и специалистов компьютерных систем

Антон Гончаров

**Мини-энциклопедия мессенджер-
маркетинга от практиков**

«ЛитРес: Самиздат»

2021

Гончаров А. С.

Мини-энциклопедия мессенджер-маркетинга от практиков /
А. С. Гончаров — «ЛитРес: Самиздат», 2021

Книга написана основателями Гильдии разработчиков чат-ботов и специалистов компьютерных систем. Авторы обобщили свой 4-х летний опыт работы по взаимодействию с клиентами в соц.сетях и предлагают обратить внимание на чат-ботов для популярных мессенджеров: Telegram, Viber, Facebook, ВКонтакте и др, как альтернативу или усилитель почтовой рассылке. По теме мессенджер-маркетинга или бото-маркетинга практически нет пошаговых руководств. Читателям предлагается узнать информацию, которая ранее передавалась специалистами лишь внутри закрытых сообществ или на платных курсах. Книга отвечает на полный перечень вопросов от описания задач, решаемых с помощью ботов, всех этапов их создания до внедрения этого инструмента. Также поднимается вопрос ценообразования. Эта книга будет интересна как предпринимателям, так и тем, кто хочет научиться зарабатывать на внедрении данного инструмента.

© Гончаров А. С., 2021
© ЛитРес: Самиздат, 2021

Содержание

Вступление. Отвечает на вопрос: а для чего мне эта книга вообще?	5
Часть 1. Отвечает на вопросы: Что такое чат-боты? Какие разновидности чат-ботов существуют? Как на этом зарабатывают?	7
Что такое чат-бот?	7
Какие разновидности чат-ботов существуют? Как на этом зарабатывают?	10
Боты-визитки	10
Боты для мероприятий	12
Боты-агрегаторы	14
Социальные боты	15
Деловые боты	16
Браузерные боты	18
Резюме по первой части книги	19
Часть 2. Отвечает на вопрос: а как их создают самостоятельно? А если решил заказать разработку, то как выбрать исполнителя?	20
Как понять, что разрабатывать чат-бота пора?	20
Как проверить, что чат-ботом будут пользоваться?	22
Конец ознакомительного фрагмента.	24

Антон Гончаров, Юлия Семахина

Мини-энциклопедия мессенджер-маркетинга от практиков

Вступление. Отвечает на вопрос: а для чего мне эта книга вообще?

Дорогой, читатель! Перед Вами книга от практиков. 4 года авторы книги – я, Антон Гончаров, и мой партнёр по созданию Гильдии разработчиков, Юлия Семахина, в силу жизненных обстоятельств, ища для себя дополнительные источники дохода, начали создавать чат-ботов. При этом, каждый из нас не обладал навыками программирования. И мы активно использовали только появляющиеся в свободном доступе конструкторы, благодаря которым, создание чат-ботов для таких как мы не программистов, стало возможным.

За эти 4 года мы с Юлей, прежде чем основать Гильдию разработчиков проделали достаточно большой путь. У нас на двоих: 96 месяцев в теме разработки чат-ботов для бизнеса в разных нишах без навыков программирования. Следовательно, за это время мы перепробовали множество разных конструкторов, создали для своих клиентов в общей сложности около 300 чат-ботов для разных мессенджеров. В наших чат-ботах суммарно более 100 000 пользователей. Мы разработали десятки обучающих программ как для новичков, так и для опытных разработчиков. Провели более 100 вебинаров на тему обучения Навыку создания ботов с нуля.

Важный момент, для простоты изложения материалов, эту книгу пишется от моего имени, но у данной книги два автора. В этом её сила. Поскольку мы с Юлей разные. У каждого из нас свой опыт создания, продвижения ботов, коммуникаций с клиентами. И весь этот опыт опубликован здесь и доступен для вас. Поэтому книга получилась многогранной. Она затрагивает все аспекты работы с таким инструментом как чат-бот. От его создания и продвижения, до стоимости услуг по разработке и партизанскому маркетингу. Поэтому мы решили назвать книгу «Мини-энциклопедия мессенджер-маркетинга от практиков». Ну а нарисованные мной иллюстрации я надеюсь не дадут Вам заскучать.

Резюмируя сказанное, в этой книге Вы найдёте прям самое подробное и простое [это значимо] описание разновидностей чат-ботов, а также ответ на вопросы: какие боты бывают и где собственно деньги в каждой категории?

Это просто замечательно, что Вы заинтересовались тёмной мессенджер-маркетинга или, как мы называем «бото-маркетинга» – поверьте, скоро это слово будет у всех на устах.

Итак, приглашаю Вас в путешествие в мир эффективного использования мессенджеров!

В первой главе Вы узнаете, как же можно зарабатывать с помощью различных категорий чат-ботов.

Но прежде чем мы подойдём к этому вопросу, давайте синхронизируем наш понятийный аппарат и сделаем это начав с определения чат-бота. Собственного с этого момента и начинается первая глава.



Часть 1. Отвечает на вопросы: Что такое чат-боты? Какие разновидности чат-ботов существуют? Как на этом зарабатывают?

Что такое чат-бот?

Чат-бот это маркетинговый инструмент и как любой инструмент для продвижения услуг компании – его основная задача помочь своему владельцу именно ЗАРАБАТЫВАТЬ (либо на автоматизации рутинных процессов, либо на увеличении повторных продаж, либо с помощью монетизации дополнительных продуктов, которые с лёгкостью можно внедрить прямо в чат-бота).



В интернете сегодня можно найти множество объявлений, но поскольку мы 4 года назад начали одни из первых рассказывать про этот инструмент российским предпринимателям, то ниже приведу определение бота, которое оказалось самым понятным в результате наших разъяснительных работ.

Чат-боты – это программы, которые находятся в мессенджерах, поэтому они не требуют дополнительной установки или загрузки, а значит не тратят память телефона. Чат-боты являются аналогом сайта/мобильного приложения. Это умные программы, которые умеют решать огромное количество задач от проведения опроса, записи на консультацию или мероприятие

до продажи различных услуг, распределения заявок или внутренних коммуникаций между сотрудниками.

Главная задача любого бота – довести пользователя до нужного целевого действия без привлечения человеческого ресурса.

Поэтому в боты закладывается сценарий, по которому пользователь движется, выбирая действия при помощи кнопок и текстовых команд. Таким образом происходит автоматизация пути клиента.

Здесь также важно получить ответ на вопрос: кому нужны чат-боты, и кто их заказывает? Этот ответ поможет Вам увидеть перспективы этого инструмента и у Вас будет сильно больше мотивации, чтобы стать разработчиком или создать такой инструмент для себя. Ниже я приведу ТОП-потенциальных клиентов для любого разработчика, но прежде обращаю внимание на одну существенную деталь. Чат-боты, благодаря их огромным функциональным возможностям могут быть полезны абсолютно в любой деятельности, либо для внутренних коммуникаций между сотрудниками, либо для более качественных взаимодействий со своими действующими или потенциальными клиентами.

Пара примеров

Однажды компания «Сибур» заказала у нас бота для своих сотрудников. В итоге получился бот, которому можно отправить любую аббревиатуру, и он тут же подробно её расшифровывает.

А вот ещё один пример, сквош-клуб «Москва» заказал у нас бота, который справедливо распределяет заявки между тренерами. Тем самым ушло недовольство о несправедливом распределении заявок. Руководство, как и тренерский состав видит статистику по заявкам и поводов для возмущений у них теперь нет.

Это были два примера ботов для внутренних коммуникаций.

Следующие примеры уже про чат-ботов, создаваемых для взаимодействия с потенциальными клиентами.

Очень много сегодня поступает заказов на чат-ботов, создаваемых под мероприятия. И это один из самых ярких примеров инструмента взаимодействующего с клиентами, ведь такой бот регистрирует человека, выдаст ему необходимые бонусные материалы, в автоматическом режиме будет поддерживать его интерес к событию, рассказывая о спикерах, напомнит о самой встрече и расскажет о специальном предложении после самого мероприятия.

Один из наших клиентов (у него интернет-магазин по продаже освещения) обратился к нам с просьбой решить задачу, с которой он столкнулся: его сотрудники не успевали отвечать на все обращения пользователей через диалоговое окно на сайте. И мы создали ему бота, который брал на себя первое касание с клиентом. Спрашивал, что его интересует, проверял наличие товара в базе, выдавал информацию о стоимости, а также ссылку на покупку продукции, спрашивал контакт пользователя и при необходимости переключал общение на сотрудника компании.

Теперь, после примеров переходим к обещанному списку самых ТОПовых направлений по моим наблюдениям и наблюдениям наших учеников и коллег:

Офлайн магазины, рестораны, кафе – с чат-ботом эта категория заведений может получить дополнительные продажи, увеличить возвращательную способность клиентов.

Турфирмы, агентства недвижимости – данная категория сейчас находится в ситуации, когда им надо отстроится от конкурентов, выделиться и показать такой сервис, которого не предоставит кто-либо другой. За счёт чат-ботов это становится явью. Например, туристическая фирма может дать клиенту в путешествие ссылку на чат-бота, в котором будет вся необ-

ходимая информация (гид по городу, стране, контакты, рекомендации, возможность получения оперативной обратной связи).

Салоны красоты и барбершопы – если современный человек много времени проводит в переписке внутри мессенджера, то и записываться на услуги через мессенджер будет гораздо удобнее. А чат-бот напомним об этой необходимости, уточнит время и предложит нужного специалиста.

Образовательные учреждения – если вы родитель, то наверняка знакомы с огромным количеством чатов, создаваемых для родителей в садиках, школах. В таких чатах творится что-то невообразимое. Многие воспринимают их как «болталку» и порой можно пропустить действительно важное сообщение. Чат-бот поможет всё структурировать. И каждый родитель будет взаимодействовать с ботом индивидуально. Нужно тебе узнать расписание – нажимаешь на соответствующую кнопку и узнаёшь. Хочешь узнать о ближайших мероприятиях или контактах преподавателя, или написать запрос классному руководителю – делаешь это через бота. При этом, получаешь необходимые уведомления от учителей.

Интернет-магазины – тут надеюсь всё понятно, так как это главная ключевая функция чат-ботов. Они (чат-боты) созданы человеком, чтобы те помогали им продавать их услуги и сопровождать их клиентов до момента необходимого целевого действия. В данном случае покупки каких-либо товаров или услуг.

Онлайн школы – сейчас это прям тренд. Поскольку благодаря интернету каждый человек получает возможность рассказать о своём опыте другим людям. Есть множество специализированных площадок, но также всё обучение можно перенести прямо в мессенджеры. Согласитесь, что это удобно? Обучение проходит прямо в телефоне. Открываешь уроки тогда, когда тебе удобно. Не надо пользоваться сторонними сервисами. В мессенджере переписываешься с друзьями и когда выдалась свободная минутка – изучаешь нужную тебе информацию.

Эксперты и коучи – эта категория людей, которые активно используют чат-ботов, как свои визитки. Благодаря этим визиткам они поддерживают взаимосвязь с клиентами и продвигают свои услуги. Подробнее про категорию ботов-визиток мы поговорим в одной из последующих глав.

Сетевые предприниматели – данную категорию предпринимателей выделил отдельно, поскольку для них важно систематически рассказывать о своём продукте новым потенциальным клиентам и помогать вновь присоединившимся делать свои первые продажи. А чат-бот прекрасно с этим справляется.

Спортивные учреждения и фитнес-тренера – чат-бот может распределять заявки между тренерами, присылать индивидуальные тренировки для занятий в домашних условиях, рассчитывать каллораж по введенным продуктам и многое другое.

Организаторы офлайн и онлайн-мероприятий – используют ботов для работы с клиентами до начала мероприятий, в ходе мероприятий и после мероприятий. Этой категории также посвящён отдельный раздел.

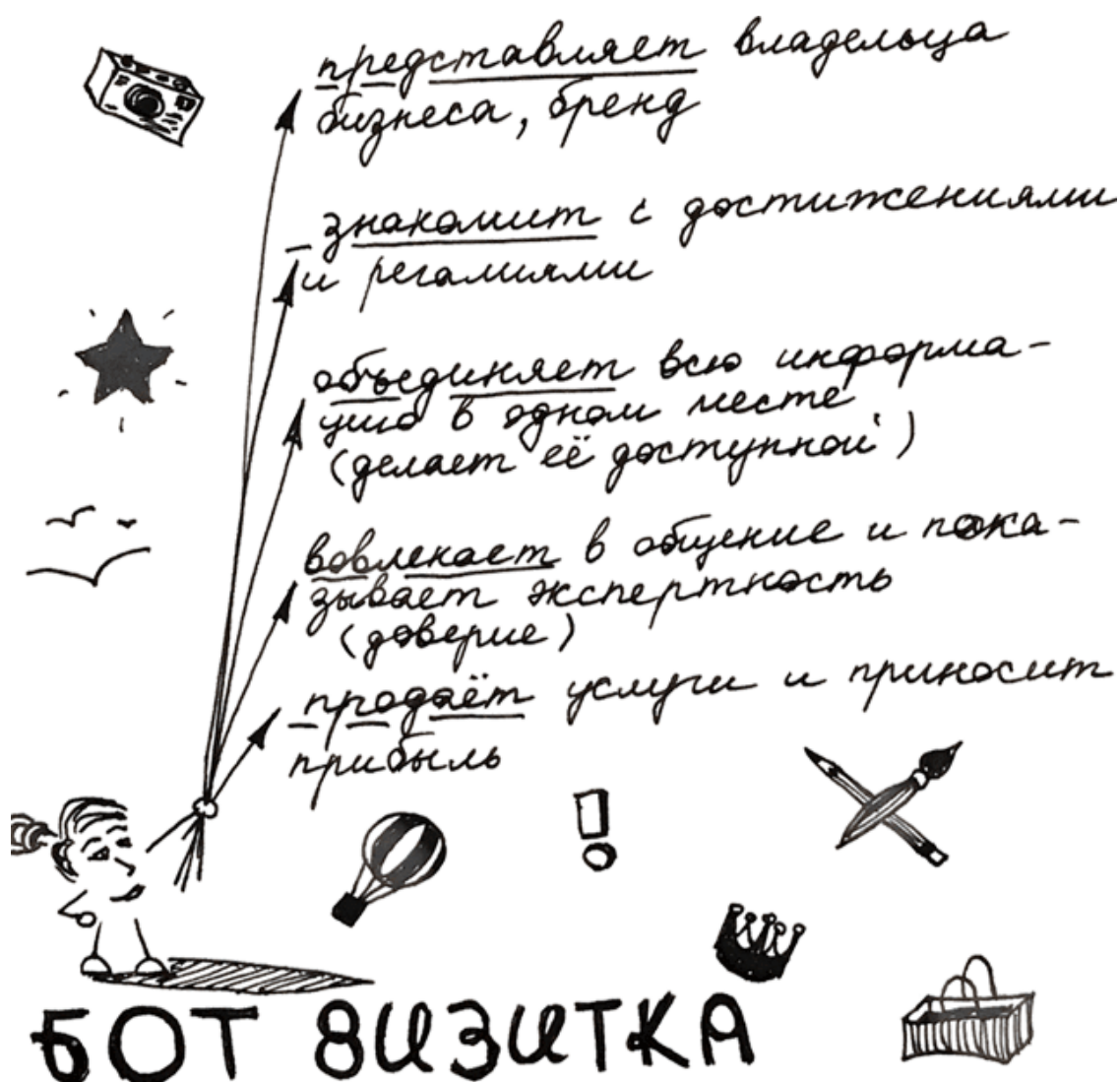
Данный список можно продолжать ещё долго, и выше я уже упомянул, что чат-боты могут оказаться полезными в любом деле. Но моей задачей здесь было обозначить для Вас несколько направлений с которыми Вы уже сейчас можете начать работать и где спрос на услугу по созданию чат-ботов велик.

Резюмируя вышесказанное сделаем следующий вывод: чат-бот это маркетинговый инструмент и как любой инструмент для продвижения услуг компании – его основная задача помогать своему владельцу именно зарабатывать (либо на автоматизации рутинных процессов, либо на увеличении повторных продаж, либо с помощью монетизации дополнительных продуктов, которые с лёгкостью можно внедрить прямо в чат-бота).

Какие разновидности чат-ботов существуют? Как на этом зарабатывают?

Из этой главы Вы узнаете о градации чат-ботов. Вы не найдёте эту информацию в каких-либо учебниках и градация эта условная. Но создав около 300 ботов лично, а также, активно анализируя ботов наших учеников, мы выделили несколько чётких когорт о которых расскажем далее.

Боты-визитки



Первая категория ботов – это боты-визитки, ранее упоминаемая в книге.

Всего по одной ссылке, ведущей на бота-визитку, содержится вся информация о человеке, предпринимателе и его услугах.

Почему эта категория чат-ботов является сегодня одной из самых популярных? Возможно потому, что сегодня большое значение предаётся созданию личного бренда.

Такой чат-бот помогает бизнесу выстроить доверительные отношения.

В визитки легко встраиваются туннели продаж, которые позволяют владельцу бота ненавязчиво напоминать о себе и своей экспертности.

Нередко предприниматели встраивают подписку на аффирмации, мотивационные бизнес-цитаты, перемежая их с полезным контентом.

Именно туннели продаж, встроенные в бизнес-визитку, позволяют владельцу бота зарабатывать. Ведь когда пользователь по рекламному объявлению попадает в чат-бота, ему тут же можно выдать полезный материал и не просить у него взамен его номера телефона или адрес почты (как это делается на сайтах) – ведь в боте в отличие от сайта можно активировать автоматическую рассылку писем даже не имея телефон человека и это сильно удешевляет стоимость подписчика.

В каких нишах уже активно используют подобные визитки?

Дизайнеры, маркетологи, преподаватели йоги и духовных практик, психологи, бизнес-коучи, фрилансеры, учителя музыки, преподаватели английского языка, бренд-ассистенты, страховщики, агенты недвижимости, финансовые консультанты и многие другие.

Пример из практики

Визитка для инстаграм-блогера Татьяны Мараховской

У Татьяны Николаевны несколько миллионов подписчиков в Инстаграме. Она заказала себе чат-бота для Телеграм. Изначальной она хотела сделать для себя мобильное приложение, но в ходе консультации узнала, что чат-бот будет выполнять даже гораздо больше функций, чем те, что она хотела реализовать в приложении. Плюс чат-бот делается быстрее и стоит в несколько раз дешевле.

В первой версии бота были объединили все ресурсы Татьяны Николаевны, указана информация о её курсах и книгах с опубликованными для ознакомления главами, создана возможность заказать и оплатить любую услугу через бот, а также задать свой вопрос.

Одной из фишки бота было то, что на момент создания чат-бота Татьяна Николаевна проводила обучающий курс и мы создали ссылку для учеников, пройдя по которой активировал рассылка с ежедневными уроками и заданиями.

Сейчас внутри бота ещё больше функций. Есть закрытые разделы, куда получают доступ только те, кто приобретает платные продукты.

Также команда Татьяны Мараховской активно использует чат-бота для периодических рассылок.

Функционал этого чат-бота описан мной подробно для того, чтобы Вы понимали, что визитка – это не только информация, содержащая контактные данные. Визитка является полноценным инструментом для взаимодействия с клиентами.

Боты для мероприятий

БОТ ПОД МЕРОПРИЯТИЕ



Вторая категория – боты для мероприятий.

Эта категория умных чат-ботов помогает своим пользователям лучше подготовиться к мероприятию (согласитесь, что каждый раз участники перед мероприятиями задают одни и те же вопросы: как подготовиться, какая форма одежды/ дресс-код, что с собой брать, будет ли перерыв на обед, а куда сходить перекусить, будет ли возможность задать вопрос спикеру, ну а если мероприятие международное, то тут добавляется ещё ряд вопросов, например связанных с оформлением визы, местами в гостинице, возможными экскурсиями).

Боты, создаваемые под мероприятия, помогают не потеряться в другом городе, быстро найти дорогу до места проведения мероприятия, не дёргая организаторов.

Позволяют участнику мероприятия быть в курсе происходящего, имея под рукой (прямо в чат-боте) программу мероприятия, а также получая рассылку с информацией, например, о времени начала занятий или времени и месте для коллективного снимка.

Кроме того, боты, создаваемые под мероприятия, идеальны для допродажи услуг организаторов или спикеров мероприятия, особенно после завершения мероприятия, ведь они позволяют делать рассылки всем участникам, получать их обратную связь, а также предоставлять возможность написать свой вопрос спикерам прямо через специальную форму внутри чат-бота.

Пример из практики

Бот под выездное мероприятие Тони Роббинса в Лондон

К нам обратилась компания Meet Partners, занимающаяся выездными мероприятиями.

Они организовывали очередной выезд большого количества русскоговорящих людей в Англию на мероприятие Тони Роббинса.

Ранее под каждое такое мероприятие создавались чаты для участников в вцапе. При количестве 2000 человек – это очень большое количество сообщений в день, что очень отвлекает во время мероприятия. При этом, все вопросы зачастую единообразные: участников интересовало то, как оформить визу, где разместиться, как добраться, информация про экскурсию.

Нами был сделан бот в телеграме, который индивидуально работал с каждым пользователем, выдавал всю необходимую информацию по запросу. А именно всем вопросам с визой, даже в случае отказа в визе, где и как купить билеты, в каком отеле можно разместиться, какие экскурсии возможно посетить. Полный план мероприятия по дням, регистрация, правила, что там с интернетом и как его подключить в поездке, где поесть и сколько стоит еда и многое другое.

Также ещё до начала мероприятия бот помогал приобретать людям повышенные категории билетов.

В ходе мероприятия организаторы уведомляли участников о времени начала занятий, точках сбора для коллективного фотографирования, а также приглашали посетить экскурсии.

После проведения мероприятия, через бот запрашивалась обратная связь, а также подписчиков приглашали поехать в другие поездки.

В результате, люди получали всю необходимую информацию по мероприятию быстро и своевременно.

Благодаря чат-боту организаторы не отвлекались на одни и те же вопросы по многу раз, так как бот общался за них. И это произвело ВАУ-эффект.

Боты-агрегаторы



Следующая категория – это боты-агрегаторы.

Агрегаторы содержат полезную информацию, объединенную общей тематикой (справочники по типу «желтых страниц», каталоги, списки полезных сервисов, агентств недвижимости, библиотек, ветклиник, зубоучреждений кабинетов, веб/ SEO агентств, гостиниц, кинотеатров, магазинов, музыкальных коллективов, салонов красоты, спортивных клубов, страховых компаний и как вы поняли, этот список можно продолжать достаточно долго).

Заработок здесь для владельца такого бота происходит за счёт рекламы внутри каталога посредством рассылки платных сообщений на подписчиков чат-бота, а также на продаже топовых позиций внутри чат-бота.

Кстати, очень интересная модель, по сути создал всего одного бота, и он сам по себе является твоим делом, которое тебя кормит.

Пример из практики

Бот-каталог всех ботов в телеграме

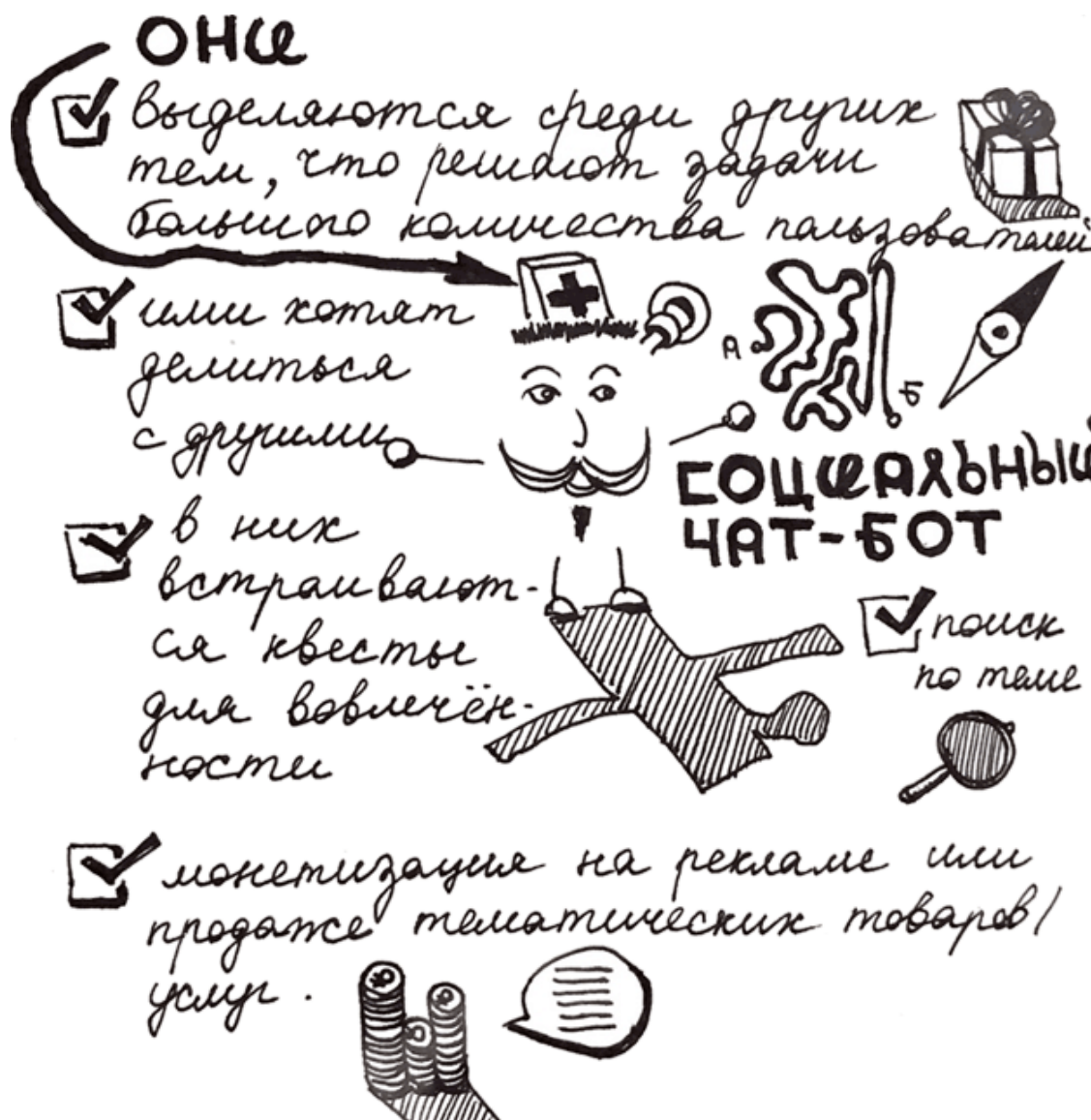
Здесь хочу привести в пример чат-бота, которого создала Юлия. Это бот-каталог всех ботов в телеграме.

В этом боте она за плату публикует ботов от разработчиков. Кроме того, есть раздел, в котором выставлены боты на продажу, есть также раздел "боты месяца" и поисковая выдача по категориям регулируется Юлиным администратором. Плюс на бот подписано большое количество людей и у Юли можно заказать рекламную рассылку.

Это отличный пример бота-агрегатора. В принципе любой человек может создать такой агрегатор, в котором разместит интересную информацию по принципу маркетплейса и можно продвигать данного бота, как самостоятельный проект, приносящий прибыль.

Социальные боты

Четвёртая категория наиболее любима многими, ведь задача социальных ботов дать как можно больше пользы.



Они решают проблемы людей и помогают зарабатывать на продаже тематических товаров, а также на рекламе.

Наиболее идеально подобная категория подходит для ниш, связанных со здравоохранением (советы и рекомендации по первой помощи, психологии, психосоматике, педиатрии, йоговские и медитативные практики), здоровым образом жизни (советы по активному долго-

летию, популярному движению WorkOut), для мамских-блогеров (например, тем, кто делиться советами по вопросам кормления грудных детей – увидев экспертность человека, к нему рано или поздно придут на консультацию).

Внутри подобных чат-ботов успешно встраиваются тематические квесты, которые обращают внимание на значимость той или иной ниши, или какой-то конкретной проблемы, информацию о решении которой можно получить прямо внутри чат-бота.

Такие боты имеют вирусное распространение. Их передают из рук в руки. Зачастую их даже не надо самостоятельно продвигать, достаточно показать нескольким своим друзьям и запускается классическая «сарафанка»).

Пример из практики

Бот для Академии первой помощи

Это мой первый чат-бот, которого я создавал в Телеграме под проект, развитием которого занимался.

Внутри бота есть поиск по ключевым запросам: как остановить кровотечение, помощь при ожогах, укусы комаров, перелом, повреждены связки и мн. др.

Также есть основной раздел, содержащий видео уроки, текстовые инструкции по доврачебной помощи в экстренных ситуациях.

Фишкой чат-бота является квест, в который может поиграть каждый подписчик. В его основе история про поход, в который отправилась семья. По дороге с ними случаются различные казусы и от подписчика зависит как быстро семья сможет выйти из леса. По мере прохождения квеста, пользователь понимает важность аптечки первой помощи и навыков её оказания.

Такие игровые механики помогают чат-боту распространяться и приводят в него новых подписчиков даже без рекламы.

Деловые боты

Пятая категория самая многочисленная. Деловые боты выполняют огромное множество задач, не вошедших в задачи предыдущих категорий.

ДЕЛОВЫЕ БОТЫ



Например, интернет-магазины являются одной из категории бизнес-ботов.

Эти чат-боты, могут реально все! Демонстрировать продукцию, рассылать автосообщения, продавать товары, общаться вместо службы поддержки, информировать об акциях и просто быть ближе к клиенту, моментально отвечая на все его запросы.

Они сами продают товар на автопилоте. Только и успевай проверять баланс на карте)

Скажу по секрету, что данных ботов заказывают даже нефтяные компании – некоторым из них это даёт возможность предоставлять справочную информацию для своих сотрудников, другие создают внутри чат-ботов формы для заполнения бурильщиками.

Строительные компании создают сразу два раздела внутри для клиентов и сотрудников (клиенты могут посмотреть информацию по филиалам, реквизиты, а сотрудники узнать о вакантных должностях, ознакомиться с кодексом предприятия, задать вопросы руководству, при этом руководители направлений могут даже отправлять свои отчёты прямо внутри чат-бота).

Подобных ботов заказывают владельцы гостиничного бизнеса, предоставляя возможность получения необходимой информации прямо в боте, даже не звонив на ресепшен, гости могут посмотреть короткое видео как добраться до гостиницы, узнать какие достопримечательности есть в округе, где расположены ближайшие рестораны, магазины, посмотреть меню самой гостиницы, заказать такси или оставить заявку на дополнительные услуги в СПА-салоне при отеле.

Ниш для бизнес-ботов великое множество, но тем не менее перечислю несколько самых популярных, которые уже начали использовать подобный инструмент: авиаперевозки, автоса-

лоны, агентства недвижимости, частные школы и детские садики, интернет-магазины, коворкинги, музыкальные группы, туристические агентства, салоны красоты, спортивные клубы, юридические компании и этот список далеко не полный.

Пример из практики

Бот для магазина сладостей

Этот бот был создан для интернет-магазина сладостей. Первую продажу пользователи делали именно через сайт, но сразу после этого им предлагалось воспользоваться чат-ботом и покупать продукцию там и делать это дешевле.

Бот помог увеличить магазину повторные продажи, так как почти 80 % покупавших на сайте продолжали осуществлять свои новые покупки через бот, поскольку этот бот появлялся в телефоне клиента, периодически напоминал о себе информациях об акциях, скидках и сезонных распродажах.

Браузерные боты

И на десерт я оставил браузерных ботов. Это боты, которые работают внутри любого браузера, а также внутри диалогового окна на сайте заказчика.

Данная категория ботов активно используется знающими людьми, как отличная альтернатива таплинку в инстаграм, чтобы не просто показать лендинг, но и завести диалог со своим потенциальным клиентам. Подобных ботов используют для проведения экскурсий, для того, чтобы при определенном действии на сайте заказчика, бот правильным образом реагировал и выдавал нужное предложение.

Пример из практики

Бот-навигатор для музея

Бум браузерных ботов пришёлся на период проведения Олимпийских игр в России – в этот период осуществлялся наплыв гостей в города, принимающие участников спортивных соревнований. На плакатах перед музеями, а также на тротуарах рисовали QR-коды, перейдя по которым человек получал информацию о проходящей поблизости выставки. В самом музее бот подсказывал куда пройти и описывал истории про размещённые в музеях экспозиции.

Резюме по первой части книги

Чат-боты – это программы, которые находятся в мессенджерах, поэтому они не требуют дополнительной установки или загрузки, а значит не тратят память телефона. Чат-боты являются аналогом сайта/мобильного приложения. Это умные программы, которые умеют решать огромное количество задач от проведения опроса, записи на консультацию или мероприятие до продажи различных услуг, распределения заявок или внутренних коммуникаций между сотрудниками.

Градации чат-ботов:

Боты-визитки. Всего по одной ссылке, ведущей на бота-визитку, содержится вся информация о человеке, предпринимателе и его услугах.

Боты под мероприятия помогают работать с аудиторией до начала мероприятия, в ходе его проведения и после его завершения.

Боты-агрегаторы содержат полезную информацию, объединенную общей тематикой.

Социальные боты. Они решают проблемы людей и помогают зарабатывать на продаже тематических товаров, а также на рекламе.

Деловые боты, выполняют огромное множество задач от продажи услуг до обучения подписчиков.

Браузерные боты, которые работают внутри любого браузера, а также внутри диалогового окна на сайте заказчика.

Часть 2. Отвечает на вопрос: а как их создают самостоятельно? А если решил заказать разработку, то как выбрать исполнителя?

Как понять, что разрабатывать чат-бота пора?



Чтобы ответить, нужен ли вам чат-бот, придется сначала понять, а зачем вам оно? Какие задачи вы планируете решить с его помощью и каких результатов достигнуть? Готова ли ваша аудитория пользоваться чат-ботом? Возможно, задачу можно решить другими инструментами дешевле и быстрее.



Итак, на повестке вопросы: зачем нужен чат-бот, какая у него будет аудитория, какой бюджет и сроки заложить на разработку. За дело!

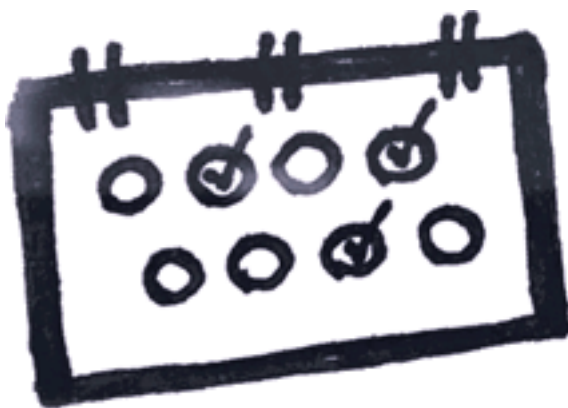
Прежде чем перейдем к повестке позвольте рассказать Вам какое значение в слово чат-бот вкладываем мы.

Чат-бот это прежде всего удобный и адаптированный под все популярные мессенджеры интерфейс, который позволяет качественно взаимодействовать со своими пользователями там, где они привыкли проводить своё время, а именно Telegram, WhatsApp, Vkonakte, Facebook messenger, Viber, Slack и многие другие. Ну и конечно же за счет удобства и доступности чат-бот позволяет автоматизировать большое количество процессов и индивидуально работать с каждым своим пользователем.

Зачем делать чат-бота

Чат-боты для популярных мессенджеров можно разделить на два типа: одни решают задачи клиентов, другие помогают вашим сотрудникам делать свою работу лучше, об этом мы с Вами говорили в первой части книги.

Когда чат-бот будет актуален для клиентов?



Вы продаете услуги, которыми пользуются чаще раза в месяц: такси, доставка еды, уборка, онлайн-образование



У вас есть интернет-магазин товаров, которые покупают чаще раз в месяц



Вашим клиентам нужен личный кабинет под рукой: важные заметки и рекомендации экспертов, программа лояльности, расписание тренировок и видео уроки прямо в мессенджере



С помощью смартфона услугу или товар можно получить быстрее и легче: купить товар, получить всю необходимую информацию и отслеживать его доставку или оплатить покупку, заказать доставку, не выходя из любимого мессенджера параллельно общаясь с друзьями, родными и близкими.

Как проверить, что чат-ботом будут пользоваться?

Если для мобильных приложений играет роль количество интернет-пользователей, которые заходят на ваш сайт со смартфонов и планшетов (больше 30 % пользователей – велика вероятность, что мобильное приложение будет пользоваться успехом. Если мобильный трафик на сайте меньше 20 %, о приложении думать рано), то в случае с чат-ботом ситуация совсем иная.

У всех нас установлены мессенджеры, единственное, что надо выяснить каким из них чаще всего пользуются большинство Ваших клиентов.

Общая статистика такова, что в городах миллионниках лидируют такие мессенджеры как Telegram и WhatsApp, а также Facebook messenger, реже V Kontakte, Viber.

В регионах и небольших городах чаще всего пользуются тем же WhatsApp, V Kontakte, Viber, реже Telegram и Facebook messenger.

Самый простой способ провести опрос.

Не спрашивайте клиентов нужен ли им чат-бот – спросите их каким мессенджером они пользуются чаще всего?

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.