

УДК: 659.19

ВНЕДРЕНИЕ ЧАТ-БОТОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОЦЕССОВ

Апокина К.В.

к.с.н., доцент

Уфимский университет науки и технологий

Уфа, Россия

Гарифуллина А.Р.

студент

Уфимский университет науки и технологий

Уфа, Россия

Аннотация: В статье рассматривается использование чат-ботов в современном маркетинге. Проанализированы основные направления их применения: автоматизация общения с клиентами, поддержка пользователей, сбор информации о потребителях и персонализация коммуникации. Отдельное внимание уделено влиянию технологий искусственного интеллекта на качество клиентского сервиса и эффективность маркетинговых процессов. На основе анализа научных публикаций и практических примеров выделены преимущества и ограничения использования чат-ботов в деятельности компаний.

Ключевые слова: чат-боты, маркетинг, цифровой маркетинг, автоматизация, искусственный интеллект, клиентский сервис, персонализация.

IMPLEMENTATION OF CHATBOTS AS A TOOL FOR OPTIMIZING MARKETING PROCESSES

Apokina K.V.

Candidate of Science, Associate Professor

Ufa University of Science and Technology

Ufa, Russia

Garifullina A.R.

Student

Ufa University of Science and Technology

Ufa, Russia

Abstract: The article discusses the use of chatbots in modern marketing. It analyzes the main areas of their application: automation of communication with customers, user support, collection of information about consumers, and personalization of communication. Special attention is paid to the impact of artificial intelligence technologies on the quality of customer service and the effectiveness of marketing processes. Based on the analysis of scientific publications and practical examples, the article highlights the advantages and limitations of using chatbots in the activities of companies.

Keywords: chatbots, marketing, digital marketing, automation, artificial intelligence, customer service, communication, personalization.

Современный маркетинг развивается в условиях высокой конкуренции, цифровизации бизнеса и постоянных изменений в поведении потребителей. Компаниям сегодня важно не только привлекать внимание аудитории, но и выстраивать с клиентами удобное и быстрое взаимодействие [1]. Именно поэтому все большую роль играют инструменты автоматизации коммуникации, в частности чат-боты [2].

Еще несколько лет назад чат-боты использовались в основном как дополнительный инструмент клиентской поддержки и предназначались для ответов на типовые вопросы пользователей. Однако развитие технологий искусственного интеллекта и машинного обучения заметно расширило их функциональные возможности [3]. Сейчас чат-боты способны сопровождать клиента практически на всех этапах взаимодействия с компанией: от первого обращения до повторной покупки и формирования лояльности [4].

Распространение социальных сетей и мессенджеров также повлияло на активное внедрение чат-ботов. Пользователи все чаще выбирают быстрый формат общения, при котором не нужно долго ждать ответа оператора или звонить в службу поддержки [5]. Для компаний это стало возможностью одновременно улучшить качество коммуникации и снизить расходы на обслуживание клиентов [6].

По данным современных исследований, автоматизация коммуникации рассматривается многими компаниями как одно из ключевых направлений цифровой трансформации бизнеса [3]. Особенно активно чат-боты применяются в электронной коммерции, банковской сфере, ритейле и секторе услуг [7]. В 2023 году именно маркетплейсы стали лидерами по внедрению подобных технологий, поскольку чат-боты позволяют быстро обрабатывать обращения пользователей и поддерживать круглосуточное взаимодействие с клиентами [7].

Основная функция чат-ботов в маркетинге связана с оптимизацией взаимодействия между компанией и потребителем [2]. За счет автоматизации рутинных задач специалисты по маркетингу могут уделять больше внимания аналитике, разработке рекламных стратегий и продвижению продуктов [4]. Кроме того, использование чат-ботов помогает сократить время ответа

клиентам, повысить вовлеченность аудитории и улучшить уровень сервиса [1].

Одним из самых распространенных направлений применения чат-ботов остается автоматизация клиентской поддержки. Пользователь может самостоятельно получить информацию о товаре, доставке, способах оплаты или статусе заказа без обращения к менеджеру [5]. Важным преимуществом является и круглосуточная работа системы. В отличие от сотрудников, чат-бот способен одновременно обрабатывать большое количество запросов без потери скорости ответа [8].

Помимо этого, чат-боты активно используются для лидогенерации. Во время общения система собирает информацию о пользователях, фиксирует интерес к определенным товарам или услугам и передает данные в CRM-систему [4]. Благодаря этому компании могут формировать более точные рекламные предложения и выстраивать персонализированное взаимодействие с клиентами [3].

Отдельного внимания заслуживает возможность персонализации коммуникации. На основе данных о поведении пользователей, истории покупок и интересах аудитории чат-боты способны предлагать наиболее подходящие товары и услуги [6]. Такой подход повышает вероятность покупки и способствует укреплению лояльности клиентов [1].

Развитие технологий искусственного интеллекта вывело чат-боты на новый уровень. Современные системы уже не ограничиваются заранее прописанными сценариями, а могут анализировать контекст диалога, распознавать намерения пользователя и формировать более естественные ответы [6]. Благодаря этому общение становится менее формальным и более удобным для клиента [3].

Особенно важную роль чат-боты играют в социальных сетях и мессенджерах. Для многих компаний именно эти платформы стали основным каналом взаимодействия с аудиторией [2]. Пользователи ожидают быстрого ответа, поэтому наличие автоматизированного помощника становится важным конкурентным преимуществом [5]. Чат-боты используются для отправки персонализированных уведомлений, информирования о скидках и акциях, сбора обратной связи, а также сопровождения рекламных кампаний [1].

Библиографический список

1. Хрущева А. А. Чат-боты в бизнес-коммуникации: виды и функции // Медиасреда. 2022. № 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/chat-boty-v-biznes-kommunikatsii-vidy-i-funktsii?utm_source=chatgpt.com
2. Герасимова А. Р. Использование чат-ботов для бизнеса в Российской Федерации // Молодой ученый. 2023. № 25 (472).
3. Агаметов И. Э., Вечкинзова Е. А. Применение искусственного интеллекта и машинного обучения в практике цифрового маркетинга // Креативная экономика. 2023. URL: Креативная экономика
4. Михайлов А. Н. Автоматизация лидогенерации с использованием чат-ботов и CRM // Вестник науки. 2024. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/avtomatizatsiya-lidogeneratsii-s-ispolzovaniem-chat-botov-i-crm?utm_source=chatgpt.com
5. Безкровная А. К. Искусственный интеллект в маркетинге: эффективные инструменты и перспективы развития // Научный журнал. 2023.

6. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому : пер. с англ. / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван. — Москва : Эксмо, 2022. — (Top Business Awards).

7. Котлер Ф. Маркетинг 5.0 : технологии следующего поколения / Ф. Котлер, А. Сетиаван, Х. Картаджайя ; пер. с англ. А. Горман. — Москва : Эксмо, 2022. — 272 с. — (Атланты маркетинга)