

ЧАТ-БОТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

Кичан О.О., здоб. ВО

Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара

Маркетологи використовують штучний інтелект для аналізу даних про поведінку, інтереси та потреби кожного клієнта, щоб надавати персоналізований контент, продукти та послуги, які відповідають очікуванням користувачів. Це відбувається через те, що штучний інтелект обробляє величезні обсяги інформації та надає персоналізований досвід, який вже зараз значно перевершує той, що створений людиною. У сучасному інтернет-маркетингу важливою складовою стало створення інструментів комунікації, що зближують покупців та компанії. Одним з таких інструментів є чатботи.

Відповідно до даних IBM Global AI Adoption Index 2022, 35% компаній вже активно використовують технології ШІ у своїй діяльності, а ще 42% розглядають можливості для їхнього подальшого впровадження. Рішення маркетолога інтегрувати штучний інтелект у повсякденну роботу має безліч переваг, оскільки ШІ може позитивно впливати на успішність бізнесу [3].

Чат-бот – це комп'ютерна програма, яка симулює розмову з людиною в текстовому або голосовому чаті. Чат-боти розроблені, щоб допомогти компаніям залучити потенційних клієнтів і підвищити задоволеність клієнтів, що, у свою чергу, призводить до підвищення лояльності до бренду. Поява чат-ботів на основі ШІ зробила революцію в онлайн-спілкуванні з користувачами. Вони значно спростили спілкування з потенційними та існуючими клієнтами в месенджерах, соціальних мережах чи на сайтах. У той час як попередні чат-боти покладалися виключно на заздалегідь підготовлені сценарії, нинішні використовують великі лінгвістичні моделі (LLM), обробку природної мови (NLP) і машинне навчання (ML). Це дозволяє їм розуміти запити користувачів у будь-якій формі та генерувати відповідні відповіді у стилі реального діалогу з реальною людиною [1].

Типи чат-ботів:

- ✓ Базові, що відповідають на заздалегідь запрограмовані питання.
- ✓ Розумні, які здатні навчатися на основі взаємодії з користувачами.

Чат-боти можуть вирішувати безліч завдань, серед яких:

- ✓ Обслуговування клієнтів через відповіді на поширені питання, допомогу у вирішенні проблем, оформлення замовлень;
- ✓ Маркетинг контенту - розповсюдження статей, новин, промоакцій;
- ✓ Лідогенерація завдяки збору контактних даних, кваліфікації потенційних клієнтів;
- ✓ Проведення продажів, рекомендації продуктів;
- ✓ Маркетинг в соціальних мережах через взаємодію з користувачами, моніторинг згадок бренду;

Чат-боти можуть автоматизувати процеси продажів та маркетингу, зменшуючи витрати на персонал. У сегменті B2B чат-боти збирають лідів що

приходять з реклами, реферального та органічного трафіку і мотивують їх до конверсії, допомагають збирати інформацію про клієнтів та підтримувати зв'язок з потенційними партнерами.

Багато компаній використовують чат-боти з машинним навчанням у маркетингових цілях. Деякі з них мають чат-ботів зі штучним інтелектом, які допомагають відділам продажів покращувати взаємодію з клієнтами, збирати кваліфікованих потенційних клієнтів і заохочувати продажі. Інші використовують цю комп'ютерну програму як частину команди підтримки для надання допомоги в режимі реального часу.

Для створення ефективного чат-бота необхідно:

- Визначити цілі: чого ви хочете досягти за допомогою чат-бота?
- Обрати платформи: розглянути популярні платформи для створення чат-ботів (Dialogflow, Chatfuel, ManyChat).
- Розробити сценарії: створення діалогів, які будуть найбільш корисними для користувачів.
- Навчати чат-бота: використання великих обсягів даних для навчання моделей машинного навчання.
- Тестувати та оптимізувати: регулярне тестування та вдосконалення чат-бота на основі зворотного зв'язку користувачів.

Чат-боти мають потенціал стати не просто інструментом для автоматизації процесів, а й справжнім помічником для бізнесу та користувачів. Вони зможуть не тільки надавати інформацію та виконувати прості завдання, але й будувати довготривалі відносини з клієнтами, аналізувати великі обсяги даних та приймати самостійні рішення.

Отже, чат-боти, як інструмент штучного інтелекту, відкривають перед маркетологами широкі можливості для оптимізації взаємодії з клієнтами. Вони дозволяють персоналізувати комунікацію, автоматизувати рутинні завдання, збільшити продажі та підвищити лояльність клієнтів. Завдяки здатності аналізувати великі обсяги даних, чат-боти можуть надавати індивідуальні рекомендації, прогнозувати потреби клієнтів та підбирати оптимальні маркетингові стратегії. Крім того, чат-боти дозволяють створювати нові канали комунікації та розширювати аудиторію. Чат-боти мають неймовірний потенціал для подальшого розвитку та розширення сфер застосування в маркетингу.

Інформаційні джерела:

1. Чат-боти для маркетингу та продажів | Pitch Avatar. URL: <https://pitchavatar.com/uk/chatbots-for-marketing-and-sales/>
2. Guide to AI chatbots for marketing: Options, capabilities, and tactics to explore. EMARKETER. URL: <https://www.emarketer.com/insights/chatbot-market-stats-trends/>
3. IBM. What Is Chatbot Marketing? | IBM – United States. URL: <https://www.ibm.com/topics/chatbot-marketing>