

ки. Согласно ряду оценок, в первой половине 2016 года импорт продуктов питания стал вполонину меньше, чем за год до этого.

Итогами данного кризиса стали закрытие предприятий и падение производства, массовая эмиграция, падение уровня жизни населения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Общедоступная многоязычная универсальная интернет-энциклопедия со свободным контентом [Электронный ресурс] — Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Экономический_ кризис_ в_ Венесуэле](https://ru.wikipedia.org/wiki/Экономический_кризис_в_Венесуэле) — Дата доступа: 16.04.2019

2. Экономический журнал «Грош» [Электронный ресурс] — Режим доступа <https://grosh-blog.ru/инфляция-в-венесуэле-почему-цены-выро/> — Дата доступа: 16.04.2019

УДК 004.773.6:339.138

Студ. В. С. Гук

Науч. рук. ст. преп. В. А. Усевич

(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ПРИМЕНЕНИЕ ЧАТ-БОТОВ В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ

Технологический прогресс дает маркетологам новые возможности. Эволюция искусственного интеллекта вместе с неограниченными ресурсами пропускной способности, вычислительной мощности, памяти и пространства родили чат-боты. Этот инструмент стал частью маркетинга крупных брендов: вспомните Siri и GoogleNow [1].

Чат-боты – компьютерные приложения, которые имитируют разговор с реальным собеседником, используя возможности искусственного интеллекта. Популярность ботов растет вместе с популярностью мессенджеров, которые занимают первые строчки AppStore и GooglePlay. Брендам необходимо присутствовать на площадках, где проводит время аудитория, которая станет клиентом или уже входит в их число.

Чат-боты делятся на два основных типа. Первые помогают решать одну или несколько задач бизнеса. Это направление чаще встречается в мессенджерах. 1-800-FlowersChatbot на FacebookMessenger помогает пользователям составить цветочную композицию и отправить его кому-либо.

Второй тип представляет собой виртуального помощника, как Siri от Apple, GoogleAssistant, EchoAmazon и CortanaMicrosoft. Они помогают пользователем решать информационные потребности и вместе с тем помогают пользователям взаимодействовать с конкретным брендом.

Боты помогают брендам и персонализировать маркетинг. Каждое общение с клиентом нужно подстроить под него. Искусственный интеллект дает компаниям возможность адаптировать услуги под каждого пользователя, изучая его сообщения [2].

Чат-боты способны заменить службу поддержки. Пользователи оставляют вопросы и мнения в социальных сетях, а ищут отзывы и решают проблемы реальные люди. Но чат-боты способны разрушить это пространство. Боты умеют обрабатывать жалобы и вопросы от текущих клиентов, основываясь на предыдущих ответах и часто задаваемых вопросах, которые есть в базе компании. Они помогут уменьшить время для технической поддержки или вовсе избавиться ее от боты и сэкономить бюджет компании.

Боты помогают пользователям находить нужный продукт из всей продукции компании. Косметический гигант Sephora запустил бота, который ищет для пользователя желаемый товар из всех линеек бренда. Ваш бот может запрашивать пожелания пользователя и предложить подходящий продукт и даже предоставить нужную информацию о товаре.

Компания, которая использует бота, должна персонализировать каждое взаимодействие с пользователем. Не важно, рекомендацию продукта, поддержку пользователя или специальное предложение. Поддерживайте контакт с пользователем во всех направлениях. Создайте боту лицо и облик. Он общается с пользователем в приложении, в котором человек переписывается с друзьями и близкими.

Боты умеют предлагать услуги: заказ такси или пиццы, вызов уборщицы или сантехника. Возможно, скоро можно будет проверить даже баланс банковской карты. Благодаря искусственному интеллекту роботы научились предугадывать действия и пожелания пользователя — используйте и это. Формируйте уникальные предложения с помощью новых технологий: предложите скидки на товары, которые чаще всего покупает пользователь — клиент обрадуется.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зачем компаниям чат-боты? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://smmplanner.com/blog/zachem-kompaniyam-chat-boty/> – Дата доступа: 25.03.2019 г.

2. Чат-боты для бизнеса: от развлечения до маркетингового инструмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://grizzly.by/blog/razrabotka-po/chat-botyi-dlya-biznesa-kak-razvlechenie-prevratilos-v-marketingovyij-instrument.html> – Дата доступа: 01.04.2019 г.