

СНИЛ «Коммерсант»

П. В. Еременко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

ЧАТ-БОТЫ: ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Несколько лет назад слово «бот» ассоциировалось у большинства с научной фантастикой из 80-х и 90-х гг. Теперь слово «бот» имеет иное значение, особенно среди владельцев интернет-магазинов. Более того, около 80 % владельцев интернет-бизнеса интегрируют чат-боты в свой бизнес в 2020 г.

Чат-бот (англ. chatbot) — это программа, которая имитирует реальный разговор с пользователем. Чат-боты позволяют общаться с помощью текстовых или аудио сообщений на сайтах, в мессенджерах, мобильных приложениях или по телефону [1].

Чат-боты продолжают набирать популярность в электронной торговле в связи с изменением предпочтений покупателей. Мессенджеры находятся на пике популярности. Самые популярные из них насчитывают больше пользователей, чем социальные сети. Средний показатель открытия личных сообщений равен 98 %, что в пять раз больше, чем у рассылок по электронной почте (20 %).

Согласно отчету Всемирного конгресса по торговле за 2018 г., использование чат-ботов в интернет-магазинах повысило продажи самых крупных интернет-магазинов Великобритании на 20 %. По данным 40 % интернет-покупателей воспользуются услугами чат-бота, если он внедрен в интернет-магазин. Это делает чат-боты идеальным инструментом для стимулирования потенциальных клиентов покупать больше.

На сайте одной из программных платформ, предоставляющей среду для подготовки данных, машинного обучения и прогнозной аналитики (RapidMiner), все контактные формы были заменены на чат-боты, что привело к небывалым результатам. Согласно исследованию компании чат-боты сгенерировали более 4000 входящих заявок. Кроме того, благодаря такой интеграции продажи компании увеличились на 25 %.

Еще один пример — Just Eat, интернет-платформа по доставке еды, увеличила показатель конверсий на 266 % по сравнению с обычными рекламными кампаниями в социальных сетях. Чат-боты могут также влиять на показатель удержания клиентов. Согласно персонализированному опыту совершения покупок чат-бот Tommy Hilfinger увеличил показатель возвращающихся клиентов на 87 % [2].

В Республике Беларусь разработкой чат-ботов занимаются команды разработчиков программного обеспечения для бизнес-процессов.

Этапы внедрения чат-ботов: анализ задач чат-бота — определение целей существования чат-бота и прописывание задач, которые он может решать; разработка алгоритма обучения бота; разработка бота; обучение тестирования; внедрение бота в бизнес-процесс [3].

Эффект от внедрения чат-ботов: привлечение новых клиентов из социальных сетей; увеличение продаж; снижение показателя оставленных корзин товаров; улучшение показателя удовлетворенности клиентов; повышение лояльности клиентов.

Стоимость внедрения чат-бота определяется индивидуально, поскольку задачи, которые стоят перед ними, довольно сильно разнятся.

Источники

1. Что такое Чат-Бот: определение и руководство [Электронный ресурс] // Сервис рассылок. — Режим доступа: <https://sendpulse.by/support/glossary/chatbot>. — Дата доступа: 10.11.2020.

2. Dinarys — Компания разработчик [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://dinarys.com/ru>. — Дата доступа: 11.11.2020.

3. Разработка программного обеспечения для бизнеса [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://retarcorp.by/>. — Дата доступа: 14.11.2020.

К. В. Желюбчик, Ю. Д. Довгаль
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

ПРОДВИЖЕНИЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА С ПОМОЩЬЮ ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

На современном этапе жизни роль информационно-коммуникационных технологий достаточно велика. Понимая это, многие рестораны используют их в своих целях, в том числе и для продвижения товаров и услуг.

По данным Национального статистического комитета число пользователей информационно-коммуникационных технологий ежегодно увеличивается. Так, охват территории Республики Беларусь услугами сотовой подвижной электросвязи в 2019 г. составил 98,7 %, что на 0,5 п.п. больше по сравнению с 2018 г. Количество абонентов сетей сотовой подвижной электросвязи насчитывает 11 627,2 тыс., что на 7,5 тыс. абонентов больше, чем в 2018 г. (темп прироста — 0,06 %). Сеть Интернет на 2019 г. пользуется 82,8 % населения. Именно поэтому реклама в сети Интернет набирает такую популярность [1].

Для продвижения сайта ресторана, если таковой имеется, эффективнее использовать инструмент контекстной рекламы GoogleAds,