

ЧАТ-БОТЫ В ОНЛАЙН-ПЛАТЕЖАХ

В настоящее время чат-бот — это программа, встроенная в мессенджер, социальную сеть или сайт, которая используется для имитации коммуникации человека с онлайн-посетителем по заранее определенному сценарию. Первые чат-боты появились в 50-е гг. прошлого столетия, изначально они выполняли роль онлайн-консультанта, который собирал информацию о посетителе в режиме «*вопрос — ответ*» и при необходимости переадресовывал запрос менеджеру (так называемый *ограниченный чат-бот*).

С развитием искусственного интеллекта чат-бот — это *многофункциональный помощник*, который позволяет осуществлять поддержку пользователя при выборе товара (услуги), отвечая на его вопросы; выступать в роли секретаря-ассистента, помогая собирать информацию, напоминать о запланированных встречах и т.д.; подбирать материал на основе ранее просмотренного контента и информировать клиента о новых предложениях. Если несколько лет назад были популярны продающие сайты и интернет-магазины, то сейчас бизнес стал активнее применять и развивать виртуальных помощников (чат-боты) для общения с пользователями в режиме *non stop*.

Практика показывает, что в условиях цифровизации чат-боты широко используются при организации приема платежей от покупателей в онлайн-сервисах. Выделяют три условных варианта организации приема платежей: работа через менеджера, который по телефону или через чат контактирует с клиентом, сообщает ему банковские данные, подтверждает перевод средств на счет продавца и направляет заказ на исполнение; интеграция полноценной платежной системы, такой как PayPal, Stripe или Amazon Pay; оплата товаров и услуг через чат-боты — покупатель переходит к интерфейсу оформления заказа и предоставляет информацию о товаре и своей банковской карте, после чего эта информация направляется эмитенту карты, который либо разрешает операцию, либо отклоняет ее (если на карте недостаточно денег). Если операция разрешена, эмитент карты переводит средства продавцу. В последнем случае чат-бот собирает информацию и направляет ее в банк или платежную систему. Обработка платежей происходит на сервере банка или платежной системы, следовательно, все связанные с этим риски несет поставщик платежных услуг. Поэтому бизнес может проводить операции под руководством чат-бота в любое удобное время; использовать передовые технологии (NLP, ML, AI); делать каждую транзакцию с участием чат-бота максимально безопасной.

Чат-боты при организации платежей в онлайн-сервисах активно применяются, т.к. они выступают посредниками между покупателем и платежной системой и обладают рядом преимуществ: *рентабельностью* — по статистике банковские агенты экономят 4 мин. своего времени на каждый запрос, обработанный чат-

ботом [1]; *улучшают качество обслуживания клиентов* — быстро отвечают на запросы клиентов, оптимизируют устаревшие процессы, отправляют обновления и уведомления, создают профили клиентов и дают рекомендации на основе этих профилей; *оптимизируют банковские операции* — дают финансовые советы, напоминают об ожидающих платежах и автоматизируют запланированные платежи; *повышают общую эффективность банка* — собирают и обновляют данные о клиентах, данные сортируются и сохраняются для персонализации взаимодействия, оптимизации процессов, рекомендации и продажи продуктов, предоставления финансовых консультаций и создания профиля клиента для дальнейшего использования, что помогает сэкономить время и деньги, увеличить объем данных компании, повысить эффективность сотрудников и удержать клиентов.

Источник

1. Для чего банки внедряют чат-ботов? Реальные причины [Электронный ресурс] // vc.ru. — Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/618197-dlya-chego-banki-vnedryayut-chat-botov-realnye-prichiny>. — Дата доступа: 04.05.2023.