

Чатботы для бизнеса: ожидания и реальность

Георгий Фомичёв (reangeorge@mail.ru)

В статье рассматриваются чатботы как инструмент увеличения продаж, рассказывается о том, чем и как виртуальные собеседники могут помочь бизнесу, а также даётся ответ на вопрос, каковы перспективы искусственного интеллекта и есть ли они на самом деле.

Для того чтобы любой бизнес развивался, необходимо всегда двигаться вперёд и опережать (предвосхищать) ожидания клиентов – эту истину я почерпнул на Horasis Global Meeting 2019, где я был модератором по теме роботов, чатботов и искусственного интеллекта.

Многие считают, что искусственный интеллект (ИИ) уже существует, однако в полной мере это не так. Есть попытки, зачатки, но говорить о полноценном ИИ пока не приходится.

Перед современным миром стоят сложные задачи: сокращение расходов и увеличение эффективности. Многим кажется, что это невозможно, хотя именно стремление вести бизнес эффективнее заставляет предпринимателей искать более совершенные технологии. Может быть, поэтому в России технологии развиваются с большим трудом, т.к. бизнес не создаёт потребность, а разработчики не готовы на свой страх и риск начинать делать что-то, не видя готовности бизнеса к внедрению.

Я глубоко убеждён, что следующие 10 лет для глобального бизнеса станут эрой всеобщей автоматизации и деперсонализации. Это связано с тем, что клиенты в глазах предпринимателей становятся всё более безликими и безэмоциональными. Многие компании переводят HelpDesk-центры на удалённое обслуживание и создают продукты, при использовании которых думать нужно по минимуму. Всё это приводит к интересным последствиям: с одной сто-

роны, потребитель получает готовую «коробку» в виде сервиса или продукта, но с другой – у него нет возможности эмоционально обменяться впечатлениями или мнением об этом продукте. Фраза «Ваш звонок очень важен для нас», по большому счёту, обман. В действительности он (звонок) не важен и даже неприятен, но компании не могут этого сказать прямо. При этом стремление сэкономить на обслуживании клиента налицо.

Лишение потребителя возможности обменяться мнением о продукте с компанией-производителем в будущем приведёт эту компанию к очень тяжёлым последствиям. Какие бы хорошие маркетингологи там ни работали, лучше потребителя никто не сможет рассказать о том, в чём продукт действительно хорош, а в чём нет.

Я наблюдаю подобную ситуацию применительно ко многим банкам, страховым компаниям и т.д. Когда клиент хочет поделиться своим мнением, мыслями, недовольством, компаниям в большинстве случаев это совершенно безразлично.

Какое отношение к этому имеют чатботы?

Всё просто: одни клиенты хотят разговаривать с живым человеком, другие готовы общаться с роботом (чатботом). Я бы даже сказал, что с роботом готовы общаться многие, но только в том случае, если он способен отвечать на их вопросы. Если чатбот ответить не может или отвечает неправильно, он

должен оперативно переводить вопрос на реального человека.

Вместе с тем необходимо наделить человека большими полномочиями, чтобы он мог действительно помочь клиенту в решении проблемы.

Очень часто компании просто «отписываются», сообщая, что они в курсе ситуации, но практически никогда не предлагают решение, особенно если речь идёт о финансовых вопросах.

Я постоянно сталкиваюсь с ситуацией, когда меня сознательно лишают возможности позвонить в компанию, которой я плачу деньги за продукт или сервис. С другой стороны, клиенту должна быть предоставлена возможность выбора коммуникации, чтобы он сам решал, какой вид связи наиболее предпочтителен: телефон, скайп или другой мессенджер. Подобный функционал существенно сблизил бы клиента и бизнес.

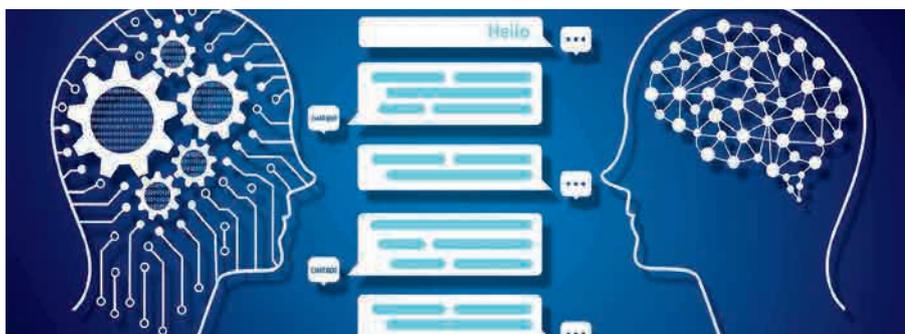
Несмотря на всеобщую уверенность в существовании ИИ, бытует мнение, что чатбот не может адекватно отвечать на основные вопросы. Здесь всё просто: чем лучше обучен чатбот, тем лучше он может отвечать на те или иные вопросы, т.е. уровень развития технологии находится на такой стадии, что для осуществления эффективной коммуникации чатботу необходимо иметь в памяти как можно большее число шаблонов по принципу вопросов и ответов.

Достигается это не просто и не быстро, зато в результате создаётся очень эффективный робот, который может помочь увеличить продажи и проконсультировать клиентов по новым продуктам.

Ненавязчивость – это главное, что должно быть реализовано при создании функционала чатбота. Чатбот не должен сам писать клиенту и спамить.

При эффективной настройке чатбота рост продаж может в среднем составлять от 10 до 25%, в зависимости от сложности продукта. С другой стороны, процесс совершенствования и улучшения можно осуществлять непрерывно, добиваясь более качественной коммуникации.

Большим плюсом является то, что чатбот может отвечать в любое время, – здесь также налицо существенная экономия расходов на персонал.



Самое главное, чтобы у клиента осталась возможность общения с реальным человеком для решения той или иной проблемы.

Некоторые бонусы можно скрывать от пользователей при общении с чатботом, например дополнительную скидку или бесплатную доставку, если речь идёт о физическом товаре. Ключ к успеху состоит в использовании данной технологии на сайте и в мессенджерах с донесением до клиентов информации о том, что, общаясь с чатботами, они смогут не только узнать ответы на свои вопросы, но и получить лучшую цену.

Перспективы чатботов, на мой взгляд, однозначны и могут позволять компаниям не только экономить, но и увеличивать продажи вкупе с ростом удовлетворённости клиентов.

Реальный опыт установки чатбота на сайт EnduranceLasers.com увеличил продажи на 30%. При этом, читая чатлоги, я вижу несовершенство ответов роботов, но вместе с тем замечая, что клиенты идут навстречу и задают вопрос несколько раз, формулируя его по-разному, чтобы получить результат. Кстати, о том, что клиент общается с чатботом, необходимо сообщать сразу.

В среднем чатбот отвечает более чем на 2000–3000 вопросов в месяц, экономя как минимум 30–50 ч рабочего времени.

В идеальной ситуации чатбот может помочь лучше ориентироваться на сайте или в продуктах компании, ведь подчас не очень востребованные товары или сервисы находятся за пределами прямого доступа клиентов.

В целом наличие чатбота существенно добавляет сайту интерактивности. Эта технология, безусловно, имеет широкие перспективы, главное – адекватно оценивать реальные возможности чатботов и разумно настраивать их. 

НОВОСТИ МИРА

ИТОГИ РАБОТЫ VIII ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ «ЭЛЕКТРОМАГНИТНАЯ СОВМЕСТИМОСТЬ»

23 и 24 мая 2019 года в Москве прошла VIII Всероссийская научно-техническая конференция по теме «Электромагнитная совместимость».

Организатором конференции традиционно выступила компания «ТЕСТПРИБОР» при поддержке АО «Концерн «Радиоэлектронные технологии» (КРЭТ), АО «Российская электроника» с участием ФГУП ВНИИФТРИ.

В работе конференции приняли участие более 100 делегатов от 53 предприятий России и ближнего зарубежья: руководители и ведущие специалисты Минобороны РФ, компаний-разработчиков радиоэлектронной аппаратуры, авиационных и аэрокосмических предприятий, испытательных центров, предприятий-изготовителей и разработчиков испытательного и измерительного оборудования.

Приветственным словом к участникам открыл конференцию технический директор АО «ТЕСТПРИБОР» Николай Алексеевич Василенков. Он обратил внимание на то, что испытания на ЭМС сейчас актуальны как никогда, т.к. помогают предотвратить сбои и отказы в работе сложной бортовой аппаратуры, используемой в различных отраслях промышленности.

Первая часть конференции была посвящена метрологическому обеспечению испытаний на ЭМС, аттестации испытательного оборудования и нормативно-правовой базе испытаний технических средств на ЭМС.

Актуальные вопросы метрологического обеспечения испытаний были представлены в докладах ведущих специалистов головной организации по вопросам метрологического обеспечения обо-



ры ФГУП «ВНИИФТРИ» и специалистами АО «ТЕСТПРИБОР».

Доклады по теме анализа электромагнитной обстановки с использованием программных средств, дающих возможность оценить работу большой системы ещё на этапе её разработки, и провести мероприятия для устранения возможных проблем вызвали живой интерес.

Большое внимание на конференции было уделено защите радиоэлектронной аппаратуры от преднамеренных деструктивных электромагнитных и электрических воздействий, а также средствам их обнаружения.

Различные способы защиты РЭА были освещены в докладах представителей ГНПО «НПЦ НАН Беларуси по материаловедению», АО «ТЕСТПРИБОР», ООО «Элемком» и АО «СКТБ РТ».

Об общих проблемах обеспечения ЭМС и о необходимости возрождения системы обеспечения ЭМС на предприятиях КРЭТ говорили представители АО «Российская электроника» и АО «НИИАО».

Большой интерес слушателей вызвали доклады представителей ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ», ФГУП «ВНИИОФИ», ФГУП «РФЯЦ ВНИИЭФ» и НИИ ПМЭ МАИ.

Ряд докладов об оборудовании для испытаний на ЭМС озвучили предприятия-изготовители. Помимо теоретической части, участники конференции могли ознакомиться с представленным оборудованием в демонстрационной зоне.

Особенностью конференции «ЭМС» является участие в ней представителей разных областей промышленности и науки. За 8 лет проведения форума были рассмотрены аспекты проектирования и испытаний оборудования транспорта, ВВТ, информационных технологий, промышленности и других.

Участники конференции выразили удовлетворение организацией мероприятия, отметили высокий уровень представленных докладов и необходимость ежегодного проведения подобных мероприятий.

Всероссийская научно-техническая конференция «Электромагнитная совместимость» в очередной раз подтвердила свой статус серьёзной площадки для создания конструктивного диалога между профессионалами, работающими в области ЭМС.

Следующая Всероссийская научно-техническая конференция «ЭМС» пройдёт в Москве в мае 2020 года.