МЕССЕНДЖЕР-МАРКЕТИНГ: РАССЫЛКИ, ЧАТ-БОТЫ И ПРОДАЖИ

MESSENGER MARKETING: NEWSLETTERS, CHAT-BOTS AND SALES

Гиневичюс Валерий Витальевич

Ginevichus V.V. ginevichusv5@mail.ru

Аннотация

В данной статье исследуются мессенджеры как особый вид маркетинговой коммуникации с клиентами. Также изучаются предпосылки использования мессенджеров в PR-целях. Приводятся статистические данные, которые доказывают актуальность мессенджер-маркетинга.

Описывается работа чат-бота как основного инструмента мессенджер-маркетинга. Также в статье приводятся примеры применения чат-ботов известными компаниями.

Annotation

This article explores messengers as a special type of marketing communication with customers. The prerequisites for using instant messengers for PR purposes are also being studied. Statistics are presented that prove the relevance of instant messenger marketing.

A description is given of the work of the chat bot as the main tool of messenger marketing. The article also provides examples of the use of chatbots by well-known companies.

Ключевые слова: мессенджер, мессенджер-маркетинг, чат-бот, рассылки, open rate, CTR.

Keywords: messenger, messenger marketing, chat bot, newsletters, open rate, CTR.

Зачем звонить, если есть возможность написать? Для многих пользователей это стало уже жизненной позицией. И действительно, ответить на сообщение можно в любой момент, не нужно отвлекаться на звонки во время важных дел, а еще мессенджеры бесплатны. Поэтому неудивительно, что популярность мессенджеров растет с каждым годом.

На сегодняшний день мессенджер – это не только то место, где общаются и читаются новости. В мессенджере совершаются покупки.

Согласно исследованию Brand Analytics в августе 2019 года количество сообщений о мессенджерах возросло до 16,4 млн. Возглавляет рейтинг популярности в России - WhatsApp. Именно этот мессенджер упоминают почти 40% россиян.

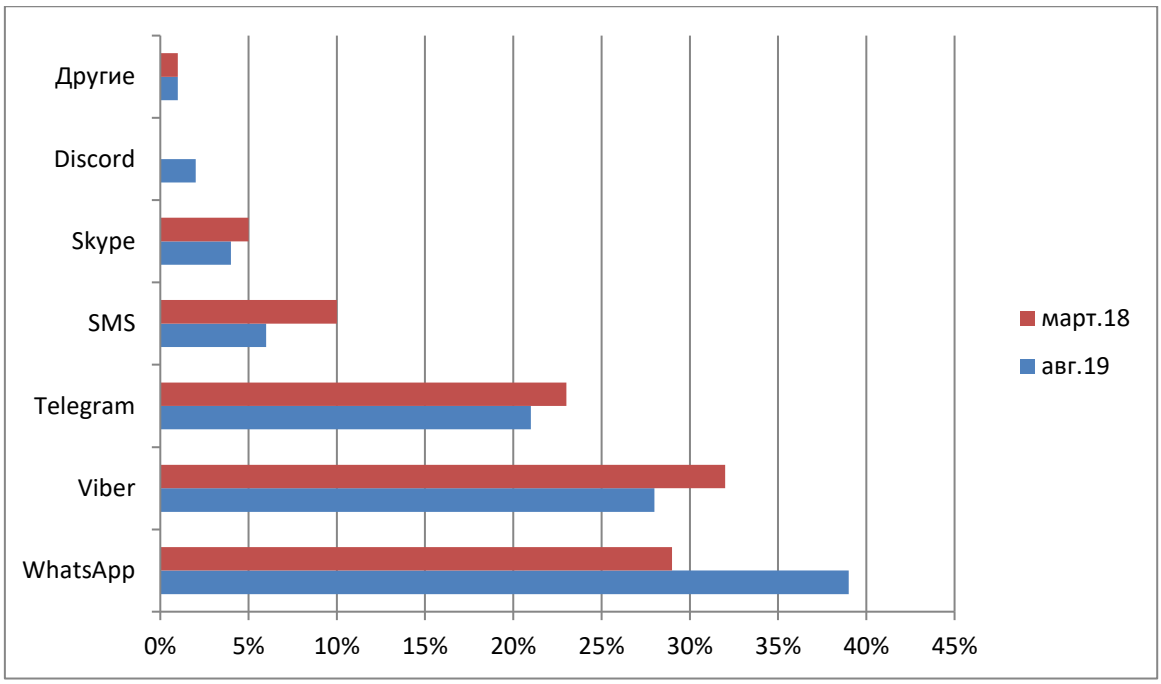


Рисунок 1. Изменение доли упоминаний мессенджеров (Данные Brand Analytics) [1]

Компания Яндекс также предоставила карту использования мессенджеров по регионам Российской Федерации.

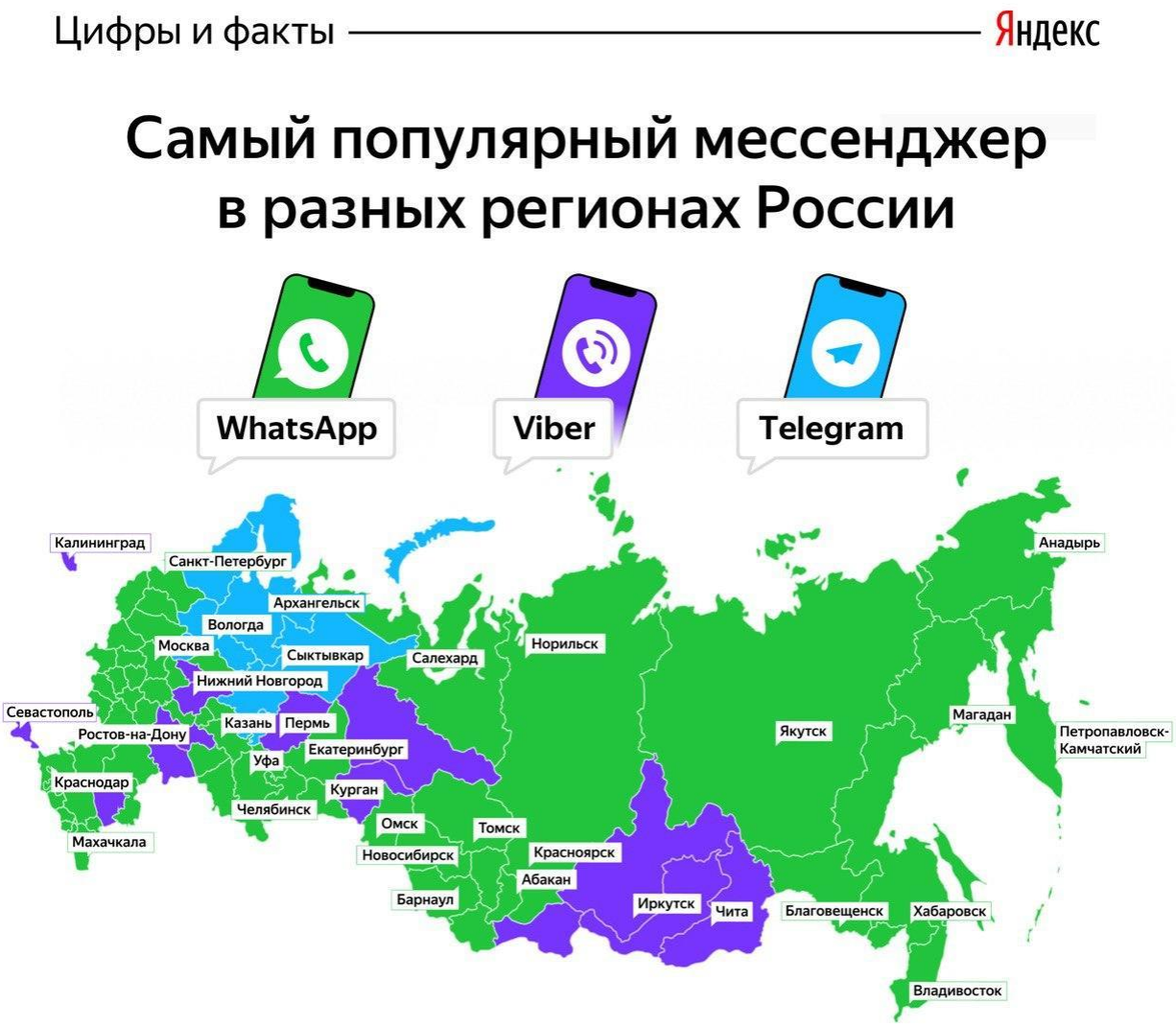


Рисунок 2. Распределение популярности мессенджеров по регионам страны [2]

Также стоит отметить, что эффективность других маркетинговых каналов неуклонно падает. В первую очередь это касается email-рассылок. Согласно глобальным исследованиям компании Unisender, которая является сервисом массовых email-рассылок, открываемость почтовых писем ежегодно сокращается, а среднее значение «open rate» («открываемость») составляет всего 7,27%.



Рисунок 3. Открываемость email-писем на протяжении 5 лет [3]

Поэтому пришло время мессенджеров. В результате другого исследования, которое провела компания Hubspot (американский разработчик и продавец программных продуктов для входящего маркетинга, продаж и обслуживания клиентов), была выявлена эффективность сообщений в мессенджере.

Компания для общения со своими клиентами использовала Facebook Messenger вместо привычной email-рассылки. Открываемость сообщений в мессенджере составила 80%, а CTR (конверсия) – 13%. Результаты исследования показаны ниже.

	Messenger Broadcasts	Emails (Control)	Percentage Difference
Open Rate	80%	33%	242%
Click Rate	13%	2.1%	619%

Рисунок 4. Результаты исследования компании Hubspot [4]

Стоит выделить следующие преимущества мессенджер-маркетинга:

- Наличие автоматических продаж в круглосуточном режиме.
- Есть возможность создать связь мессенджера с CRM-системой для работы с клиентурой.
- Прогрев холодной базы клиентов.
- Снижение общей стоимости продвижения продукта.
- Дополнительный канал сбыта.

Еще одной особенностью мессенджер-маркетинга на сегодня является низкая конкуренция. Чат-ботами пользуется очень малое количество организаций и компаний. Поэтому у других компаний есть возможность внедрить новый инструмент продвижения и автоматизировать часть рутинных процессов.

Что же представляет собой чат-бот? Чаще всего со стороны компании выступает специалист службы поддержки либо менеджер по продажам для общения с клиентом. Теперь их место занимает чат-бот, который поможет автоматизировать данное звено. Перед компанией лишь стоит задача предусмотреть возможные сценарии разговора с клиентом и настроить этот «неутомимый» круглосуточный помощник.

Итак, чат-бот является виртуальным собеседником или программой, которая осуществляет коммуникацию между пользователями. Чат-бот и осуществит контакт с клиентом, и проведет сбор данных и повысит лояльность к компании.

На сегодняшний день существуют простые и продвинутые чат-боты. Чем же они отличаются? В список способностей простого бота входит отвечать на вопросы, которые до этого были занесены в программу. Если вопрос отсутствует в базе, то и ответа клиент не получит. Продвинутые чат-боты имеют в своем распоряжении искусственный интеллект, который может в своей работе использовать машинное обучение. В их способности также

входят распознавание живой речи и постоянное обучение. Также чат-бот может помочь клиенту подобрать товар по характеристикам и провести анкетирование среди пользователей.

Примечателен пример использования чат-ботов компанией Aviasales. Компания предлагает добавить чат-бота в мессенджер (Viber, Telegram, Facebook Messenger, Slack). От пользователя требуется указать даты, направления и размер скидки. Директор по внешним коммуникациям Aviasales, Янис Дзенис отмечает, что лучше всего работают алертботы. Благодаря них пользователь может попросить держать его в курсе существующих цен. К примеру, пользователь может ввести: «Билет в Рим в ближайшие 3 месяца со скидкой 50% и выше». На сегодняшний день ботом компании пользуется 34 тысячи пользователей [5].

Также интересен пример работы бота каршеринга YouDrive. Результатом использования чат-бота стало сокращение звонков в компанию почти на 70%. Разработкой бота занимались штатные сотрудники. Сценарии разрабатывались на основании обращений, которые поступали в компанию через почту, телефонные звонки и социальные сети.

Теперь аренда автомобиля стала более простым и удобным процессом. Чат-бот предлагает сразу готовые решения, он поможет арендовать автомобиль, а также объяснить, что делать, если автомобиль попал в ДТП [6].

В качестве еще одного показательного примера можно привести всемирную компанию Unilever. Данной компанией чат-бот был запущен в социальной сети «Вконтакте». Эта разработка помогла ускорить отбор кандидатов на прохождение стажировки. До этого сотрудники компании занимались этим вручную. Сотрудникам проходилось обрабатывать до 4 тысяч заявок за раз, что занимало огромное количество времени и других ресурсов.

Традиционное интервью с HR-менеджером было заменено на видеоинтервью. После этого результаты собеседования и теста рассылались кандидатам по почте. Итак, результатом стало то, что срок отбора стажеров сначала составлял 1,5 месяца, а после внедрения чат-бота данный показатель не превышает и одного месяца.



Рисунок 5. Процесс отбора стажёров в Unilever с помощью чат-бота

Таким образом, подводя итоги, стоит отметить, что мессенджер-маркетинг является простым, удобным и быстрым способом охватить миллионы пользователей в разных уголках мира. Внедрение чат-ботов, отправка сообщений и других файлов – все это упрощает процесс контакта с клиентом. При правильной реализации стратегии мессенджер-маркетинг поможет увеличить продажи и повысит лояльность к бренду со стороны клиентов.

Литература

1. Мессенджеры в России 2019: новые лидеры и перспективные новички [Электронный ресурс] URL: https://br-analytics.ru/blog/messengers-in-russia-2019/.
2. Яндекс: какие мессенджеры популярны в регионах России [Электронный ресурс] URL: https://t.me/yandex/600.

3. Что на самом деле влияет на открываемость рассылок. Исследование UniSender [Электронный ресурс] URL: https://www.unisender.com/ru/blog/idei/real-open-rate.
4. Является ли Facebook Messenger новой электронной почтой? 3 эксперимента, чтобы узнать это [Электронный ресурс] URL: https://blog.hubspot.com/marketing/facebook-messenger-marketing-experiments.
5. Бот поиска аномальных цен на авиабилеты [Электронный ресурс] URL: https://bot.aviasales.ru/.
6. Примеры использования чат-ботов в бизнесе [Электронный ресурс] URL: https://vc.ru/flood/25197-business-bot.
7. Кейс Unilever: Как мы запустили чат-бот ВКонтакте и ускорили отбор кандидатов в 2 раза [Электронный ресурс] URL: https://vc.ru/services/63070-keys-unilever-kak-my-zapustili-chat-bot-vkontakte-i-uskorili-otbor-kandidatov-v-2-raza.

Literature

1. Messengers in Russia 2019: new leaders and promising newcomers [Electronic resource] URL: https://br-analytics.ru/blog/messengers-in-russia-2019/.
2. Yandex: which messengers are popular in the regions of Russia [Electronic resource] URL: https://t.me/yandex/600.
3. What actually affects the openness of newsletters. UniSender Research [Electronic resource] URL: https://www.unisender.com/en/blog/idei/real-open-rate.
4. Is Facebook Messenger the New Email? 3 Experiments to Find Out [Electronic resource] URL: https://blog.hubspot.com/marketing/facebook-messenger-marketing-experiments.
5. Bot search for anomalous prices for airline tickets [Electronic resource] URL: https://bot.aviasales.ru/.

6. Examples of using chatbots in business [Electronic resource] URL: https://vc.ru/flood/25197-business-bot.
7. Case Unilever: How we launched the chat bot on VKontakte and accelerated the selection of candidates by 2 times [Electronic resource] URL: https://vc.ru/services/63070-keys-unilever-kak-my-zapustili-chat-bot - vkontakte-i-uskorili-otbor-kandidatov-v-2-raza.