

**ЧАТ-БОТЫ: ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ В БИЗНЕС И «ПОРТРЕТ»
ВОСТРЕБОВАННОГО БОТА.**

Волкова Е.А. (ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»)

Научный руководитель – к.э.н., доцент Поликарпова Л.А.

(ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»)

Аннотация. В эпоху стремительного технического прогресса во всех сферах жизни человека важную роль играет внедрение инноваций. Чат-боты – одно из актуальных новшеств на отечественном и зарубежном рынке, которые открывают новую главу в истории взаимодействия бизнеса и клиента, учреждения и гражданина, человека и искусственного интеллекта.

Введение. Сегодня, когда миру пришлось погрузиться в виртуальное пространство, компаниям необходимо создавать эффективные способы взаимодействия с клиентами в интернете. Но в условиях высокого уровня конкуренции важно быть оперативным, точным и актуальным. Это подталкивает организации к модернизации процесса коммуникации с потребителем. Чат-боты – это новое веяние в области онлайн-торговли и информационного обеспечения. Необходимо определить:

- Как добиться эффективного использования чат-ботов?
- Каким потребитель хочет видеть своего виртуального помощника?
- В каких сферах клиент предпочтет машине человека?

Отечественный и зарубежный опыт пестрит удачными и провальными попытками включить чат-бота в бизнес-процессы, и их количество растет с каждым годом. Это создает отличную почву для анализа ошибок и поиска верных решений.

Основная часть. Под чат-ботом понимается виртуальная машина, которая запрограммирована на общение с одним или несколькими пользователями. Если говорить об их предназначении в мире маркетинга – они выполняют функцию двустороннего канала связи с клиентами: предоставляют им всю актуальную информацию об услугах и спецпредложениях, отвечают на встречные вопросы, которые заранее заложены по выстроенной системе. Мало подойти к внедрению чат-бота лишь с технической стороны: он заменяет настоящего человека, поэтому должен соответствовать требованиям потребителя. А чего хочет клиент – знает лишь он сам. Поэтому необходимо провести исследование на предмет готовности людей к внедрению данной технологии, их предпочтениям к «собеседнику», отношению к данной инновации и оценка эффективности работы существующих примеров.

Выводы. Результаты проведенного исследования могут быть использованы в создании «портрета» эффективного чат-бота, а также прогноза перспективного развития данной технологии на российском рынке. Возможность предугадать реакцию потребителя и расположить его к себе – ключ к эффективному взаимодействию.