

ЛИТЕРАТУРА

1. Гришин, В. В. Управление инновационной деятельностью в условиях модернизации национальной экономики / В. В. Гришин. – М.: Изд-во Дашков и К, 2009. – 54 с.
2. Понятия, функции и значение выставочной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dis.ru/library/528/32984/>. – Дата доступа: 30.04.2023.

УДК 338.138

ЧАТ-БОТЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

*А. Р. Петрович, магистрант группы 50503022 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент И. В. Устинович*

Резюме – чтобы бизнесу быть в тренде, актуальным для потребителя, развивать сферу деятельности на годы вперед, стоит обратить внимание на особенности цифрового маркетинга. В статье разбирается один из инструментов цифрового маркетинга, а именно чат-боты.

Resume – in order for a business to be in trend, relevant to the consumer, to develop the field of activity for years to come, it is worth paying attention to the features of digital marketing. The article deals with one of the digital marketing tools, namely chatbots.

Технологии, ровно, как и мир маркетинга развиваются быстро. Каждый год появляются новые популярные приложения для социальных сетей, используются передовые технологии, которые помогают отрасли обретать цифровой формат. В сфере цифрового маркетинга активно используется искусственный интеллект, и чат-боты, безусловно, являются одними из самых интересных его инструментов.

В целях настоящего исследования определим, что чат-боты – это программное обеспечение на базе искусственного интеллекта, которое программируется для облегчения общения с клиентами. Они могут использоваться для решения различных задач, включая обслуживание клиентов, продажи, маркетинг, поддержку, помощь в выборе продукта и другие.

Эти инструменты будут набирать все большую популярность как в 2023 году, так и в 2024, а также будут использоваться все чаще для анализа поведения потребителей и общения с ними. С 2020 года многие маркетологи начали внедрять чат-боты в рамках реализации своих стратегий по обслуживанию пользователей. Руководители компаний заметили улучшение коммуникации с клиентами за счет внедрения цифровых технологий. Главные преимущества таких помощников: круглосуточное обслуживание и моментальные ответы на вопросы [1]. Кроме того, чат-боты могут автоматизировать многие процессы, что позволяет снизить расходы на персонал и увеличить эффективность работы.

Анализ белорусского рынка чат-ботов показывает, что их достаточно широкое распространение среди потенциальных потребителей. К примеру, среди услуг такси выделяется такси «Лайм». Чат-бот позволяет пользователем заказать машину без необходимости установки приложения. Программа раскрывает все детали и информирует пассажира о номере и марке автомобиля, который за ним приедет. Среди белорусских банков первым платежным чат-ботом обзавелся Приорбанк. Он может осуществлять самые распространенные платежи, к примеру, за мобильную связь, коммунальные услуги и даже штраф ГАИ [2]. Этот инструмент никоим образом не заменяет людей, а является средством взаимодействия с людьми. Задача чат-бота состоит в том, чтобы обрабатывать первоначальное общение и собирать все необходимые данные от клиентов. Для того чтобы включить этот инструмент в стратегию цифрового маркетинга организации необходимо следовать ряду практических рекомендаций.

В первую очередь это сбор первичной информации от потенциальных клиентов. Есть детали, которые нужно собрать от каждого клиента, прежде чем может состояться какой-либо содержательный разговор, например, их контактную информацию. Во-вторых, отвечать на часто задаваемые вопросы. Вместо того, чтобы тратить время и энергию на ответы на часто задаваемые вопросы каждый раз, чат-бот может сделать эту работу. В-третьих, быстрое приветствие клиентов, когда они впервые заходят на сайт. Боты могут отправить персонализированное приветствие каждому человеку, который попадает на страницу сайта. В-четвертых, если нужно запланировать звонок по продажам, звонок в службу поддержки, записаться на прием вместо того, чтобы ходить туда-сюда с клиентом, можно попросить чат-бота запланировать это [1].

Очевидно, что чат-боты – это невероятный инструмент для вывода цифрового маркетинга и бизнеса на новый уровень. Чат-боты не заменят команду по маркетингу или продажам, но при правильной настройке они помогут почувствовать, что команда увеличилась значительно. Однако, эффективность и перспективы применения чат-ботов зависят от ряда факторов. Одним из них является качество самого чат-бота, так как плохо спроектированный и реализованный чат-бот может создавать проблемы и негативные эмоции у пользователей. Важным фактором является также целевая аудитория, для которой создается чат-бот, так как некоторые группы пользователей могут предпочитать другие формы общения.

Однако, с развитием технологий и искусственного интеллекта, перспективы применения чат-ботов остаются высокими. Например, с помощью машинного обучения и нейронных сетей можно значительно улучшить качество чат-ботов и сделать их более интуитивными в использовании. Также возможно применение голосовых интерфейсов, что позволит расширить спектр задач, которые может решать чат-бот.

ЛИТЕРАТУРА

1. Что будет с маркетингом в 2023 году [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://merehead.com/ru/blog/>. – Дата доступа: 29.04.2023.
2. 11 примеров белорусских чат-ботов [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://lnsblog.by/pablik-chat-i-chat-bot/primery-chat-botov>. – Дата доступа: 29.04.2023.

УДК 681.51

БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЕ И ЕГО ДЕЙСТВИЯ

*К. А. Протасюк, студент группы 10504222 ФММП БНТУ,
научный руководитель – кандидат технических наук Б. А. Железко*

Резюме – бизнес-администрирование малых и средних предприятий с каждым годом развивается все больше и больше. Наша задача успеваешь следить за всеми тенденциями, действиями и задачами данной сферы.

Resume – business administration of small and medium-sized enterprises is developing more and more every year. Our task is to keep up with all the trends, actions and tasks in this area.

Вступление. Бизнес-администрирование очень широкая сфера, которая включает в себя различные аспекты взаимодействия с обществом и предприятиями. Оно затрагивает аспекты такие как: и анализ, и организация, и определение, и управление, и оценка, и многое другое. Предлагаю разобраться с каждым аспектом и что такое бизнес- администрирование.

Основная часть. Бизнес-администрирование – это комплекс действий, направленных на управление бизнесом с целью достижения максимальной эффективности и прибыльности [1]. Рассмотрим следующие аспекты бизнес-администрирования:

1. Анализ рынка и конкурентной среды. Это позволит определить потенциальные возможности для развития бизнеса и выработать стратегию, которая приведет к успеху.

2. Определение целей и задач предприятия. Необходимо определить, какие результаты вы хотите достичь в ближайшее время и какие шаги нужно предпринять для их достижения.

3. Организация работы предприятия. Здесь нужно определить, кто отвечает за какие функции, какими ресурсами располагает предприятие, какие процессы можно оптимизировать.

4. Управление финансами. Необходимо учитывать все расходы и доходы предприятия, контролировать их и принимать меры по оптимизации расходов.

5. Управление персоналом. Необходимо создать условия для комфортной и эффективной работы сотрудников, определить правила и стандарты поведения на предприятии.