

Прочитав книгу, вы

- узнаете, как можно выгодно использовать мессенджеры в бизнесе
- научитесь привлекать новых клиентов и удерживать постоянных с помощью WhatsApp
- разберете продающего чат-бота для вашего бизнеса
- начнете получать дешевые заявки через WhatsApp

Сергей Гераськов

# **Доступный ЧАТ-БОТ**

**Как привлечь и удержать клиентов  
с помощью WhatsApp**

Москва 2020

 **SYNERGY BOOK**  
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

WhatsApp пользуются уже 2 млрд человек в мире, это самый популярный мессенджер в России. Все ваши клиенты давно там. У вашего бизнеса все еще нет здесь чат-бота? А ведь этот виртуальный консультант способен на многое. Забронирует время специалиста, отправит вашему клиенту визитку или адрес, расскажет об акции, даст промокод, проведет опрос, оформит заказ и даже продаст товар или услугу. Вы тратите на продвижение ваших товаров и услуг значительно меньше, а зарабатываете больше.

Понять, как работает чат-бот, не сложнее, чем собрать мебель известной шведской компании. Его цена радикально ниже создания мобильного приложения. Следуя четким инструкциям, приведенным в книге, вы разберетесь, как создать чат-бота в самом популярном мессенджере и проанализируете эффективность инвестиций.

Издание полезно тем, кто занят в офлайн- и онлайн-ритейле (b2b и b2c), бьюти-индустрии, онлайн-сервисах, услугах с доставкой, а также всем, кто хочет занять лидирующую позицию в своей нише.

# Оглавление

От автора .....	11
<b>1. Что мешает чат-ботам захватить российский рынок .....</b>	<b>13</b>
Какими платформами ботов можно пользоваться .....	14
Как работает чат-бот .....	15
Кто основные заказчики ботов .....	16
Что нужно сделать, чтобы запустить чат-бот .....	17
<b>2. В чем отличие ботов в WhatsApp от остальных мессенджеров .....</b>	<b>20</b>
Идентификатор .....	22
Диалог .....	23
Функционал для бизнеса .....	23
Что можно делать с помощью бота .....	24
<b>3. Что нужно знать для создания бота в WhatsApp .....</b>	<b>26</b>
Бот против сайта .....	26
Примеры, как применить бота в бизнесе .....	28
Бот и лидогенерация .....	29
<b>4. Как создавать ссылку на бота .....</b>	<b>34</b>
<b>5. Как анализировать трафик в чат-боте? .....</b>	<b>40</b>
Как посчитать конверсию бота .....	42
Как сформировать аналитику .....	43
<b>6. Как привлечь клиентов в чат-бот .....</b>	<b>45</b>
Рекламные посты в соцсетях .....	46
Ссылка в сторис .....	46
Ссылка в сторис WhatsApp, Facebook, ВКонтакте .....	47
Ссылка в профиле .....	47
Статьи на сайтах и в блогах .....	48
Транзакционные сообщения .....	48
Поздравления с днем рождения .....	49
Рассылки .....	49



Ссылка на бота на сайте .....	49
Форма подписки на сайте .....	51
Баннер на сайте .....	52
Виджет на сайте .....	53
Страница 404 или при недоступности сайта .....	54
Отзывы .....	55
Офлайн-офис .....	55
Рекламная продукция .....	56
Ценники .....	56
Кассовый чек .....	57
Ресепшн или касса .....	57
SMS .....	58
E-mail .....	58
Визитки .....	58
Вывеска .....	59
Мобильный трафик на бота .....	59
<b>7. В чем отличие WhatsApp для бизнеса от обычного мессенджера .....</b>	<b>60</b>
Бизнес-аккаунт .....	62
Дополнительные возможности .....	65
<b>8. В чем отличие серых каналов от официального WhatsApp Business API .....</b>	<b>69</b>
<b>9. Как снизить вероятность блокировки бота. Что делать, если бота все-таки заблокировали .....</b>	<b>75</b>
Получите согласие пользователя на коммуникацию .....	76
Осторожно работайте с рассылками .....	76
Не дали клиенту то, что обещали .....	78
Отправляйте рассылку всем, даже тем, кто от нее отписался .....	78
Нет возможности отписаться от рассылки .....	79
Как понять, что номер заблокировали .....	83
Как восстановить номер .....	84
Что делать, чтобы номер не блокировали .....	84



Доступный чат-бот. Как привлечь и удержать клиентов с помощью WhatsApp

- 10. Зачем нужно предустановленное сообщение и как оно влияет на конверсию**
  - Как создать предустановленное сообщение
  - Как провести A/B-тестирование предустановленного сообщения
- 11. В чем разница между сайтом и чат-ботом. Как рекламировать чат-бота в WhatsApp. Какие рекламные каналы использовать для привлечения трафика**
  - Чем бот отличается от сайта .
  - Каковы тонкости рекламы бота на классических площадках
  - На каких специализированных площадках рекламировать бота
  - Какие отличия в рекламе бота
  - 5 советов по созданию рекламного креатива для бота
- 12. Почему для бота в WhatsApp нужен телефон и можно ли обойтись без него**
- 13. Лидогенерация с помощью WhatsApp. Как разделять трафик на теплые и горячие лиды?**
  - Теплый лид
  - Горячий лид
- 14. Для чего нужны интеграции бота с CRM-системами**
- 15. Как вернуть клиента в диалог в боте**
  - Ремаркетинг и ретаргетинг
  - Рассылки
  - Оповещения
  - Поздравления
  - Рекомендации
  - Отзывы
  - Личное сообщение от менеджера
  - Опросы
- 16. Основные ошибки при создании бота**
  - Требования для креатива с переходом в бота



Требования для баннеров и ссылок с переходом в бот  
при размещении их на сайтах

Предустановленное сообщение

1

Приветственное сообщение в боте

Цепочка сообщений

Лид-магнит

Орфография и пунктуация

Смайлы

Разделы, подразделы .

Визуальная часть аналитики

vCard

Геолокация

#### 17. В каких нишах лучше всего работают боты

Чат-бот акционных товаров

Новостной чат-бот

Личный кабинет и информация о доставке в чат-боте

Программа лояльности

Бот-консультант .

Бот – помощник по стилю

#### 18. Как озаглавить уведомление, чтобы клиенты быстро на него среагировали

Список фраз для уведомлений

**Послесловие автора**

**Глоссарий**



Доступный чат-бот. Как привлечь  
и удержать клиентов с помощью WhatsApp

В двухтысячные годы веб-сайты доминировали на рынке. В 2010-х наблюдался бум приложений. 2020-е – время диалогов.

Это возможно благодаря внедрению мессенджеров в повседневную жизнь и автоматизации. Но это не означает, что люди больше не будут пользоваться веб-сайтами или приложениями. Однако тем каналом, который генерирует рост, будет мессенджер.

Мы уже видим это на примере Китая. WeChat и Weibo доминируют не только общением, но и также коммерцией, транспортом и даже айдентити-управлением.

Ждет ли аналогичное будущее Европу, мы можем только гадать, так как это еще самое начало пути. Мы видим, что в США, Великобритании или Франции, где внедрение reach messaging через SMS уже началось, возможность предложения мессенджеров в дополнение к звонкам не только увеличивает готовность клиентов общаться с брендом, но также показывает, что они предпочитают отправлять сообщения, нежели звонить.

В большинстве европейских стран WhatsApp является каналом, который обладает возможностью достигнуть почти 100% релевантных клиентов. С WhatsApp Business API бренды сейчас имеют шанс не только расширить свое присутствие на рынке благодаря еще одному каналу коммуникации, но и повысить качество взаимодействия с клиентами.

*Мартин Синнер, основатель сервиса idealo,  
эксперт по мессенджер-маркетингу,  
основатель Messenger Marketing Conference*



## От автора

Привет, друзья!

Только представьте: прямо сейчас вы находитесь от ваших настоящих и будущих клиентов на расстоянии одного сообщения, и это сообщение с 90%-ной долей вероятности будет прочитано! Так почему же вашего бизнеса все еще нет в мессенджерах?

Эта книга — не фантастика о том, что, возможно, когда-нибудь произойдет. Это практический материал на основе опыта и знаний, выжимка нескольких лет работы и множества ошибок, которые пришлось совершить, чтобы найти нужные решения. Это пошаговая инструкция по разработке чат-бота для малого и среднего бизнеса.

Сегодня создание чат-бота в WhatsApp радикально дешевле мобильного приложения и стоит в среднем от 10 тысяч рублей до 100 тысяч рублей, а способен бот на многое.

Из книги вы узнаете, как:

- получить больше лидов, не увеличивая рекламные бюджеты,
- деанонимизировать трафик на сайте и узнать каждого посетителя «в лицо»,



- повысить лояльность клиентов, вернуть «старых» и увеличить средний чек «постоянным» клиентам,
- создать продающего чат-бота для вашего бизнеса и рассчитать эффективность инвестиций.

Кстати, вы держите в руках не простую книгу. В ней уже присутствует **книгобот**, мой личный помощник, который поможет вам получить дополнительный и самый актуальный материал.

*С уважением,  
Сергей Гераськов*



# 1. Что мешает чат-ботам захватить российский рынок

Алиса, Siri, Cortana — эти популярные боты настойчиво входят в нашу жизнь. Виртуальные собеседники обладают энциклопедическими знаниями, легко управляются с бытовой техникой, могут заказать кофе в офис и даже поиграть с нами в слова. На их развитие известные IT-гиганты уже потратили суммарно более миллиарда долларов.

Однако пока бизнес-сообщество России не может полноценно использовать чат-ботов для коммуникаций с клиентами. Первая причина — неспособность действующих ботов вести продажи. Вторая — высокочатратный процесс разработки бота. Чтобы его запустить, нужно проанализировать огромные базы данных, создать сложные нейронные сети по изучению разных направлений, сформировать принципы общения на уровне личности. И все же успешные попытки задействовать чат-ботов в бизнесе уже есть.



## Какими платформами ботов можно пользоваться

Сегодня создать чат-бота можно на платформах самых востребованных мессенджеров: WeChat, Facebook Messenger, Telegram, WhatsApp, Viber, ВКонтакте и др. Лидер рынка – китайский WeChat. Этот мессенджер сейчас насчитывает более 1 млрд юзеров. Все, кто сотрудничает с китайскими компаниями, вынуждены пользоваться WeChat. Но вряд ли они об этом жалеют. Ведь WeChat – одна из самых продвинутых платформ. Система платежей мессенджера позволяет оплачивать покупки в любом месте, хоть на овощном рынке, для этого нужно только сосканировать QR-код. Даже попрошайки на улицах просят перевести милостыню через WeChat.

Как и остальные мессенджеры, WeChat – открытая платформа ботов. Создавать ботов с помощью API-мессенджеров настолько просто, что это может сделать любой начинающий программист. Для разработки используются готовые протоколы. Работоспособность ботов мессенджеры поддерживают с помощью собственных серверных мощностей.



Доступный чат-бот. Как привлечь и удержать клиентов с помощью WhatsApp

## Как работает чат-бот

Большинство людей хоть раз сталкивались с ботами и пробовали с ними общаться. Но как бы ни выстраивалась коммуникация пользователя и чат-бота, если дело касается бизнеса, виртуальный собеседник в той или иной форме будет постоянно предлагать оставить телефон для связи или оплатить покупку.

Такие действия связаны с тем, что чат-бот не имеет искусственного интеллекта и он не человек, его реакция на определенные действия конечна. Скрипт, который прописан в боте, идет по определенному циклу. Процесс взаимодействия с ботом можно сравнить с просмотром сайта. Вы нажимаете на рекламное объявление и попадаете на интернет-страницу, которая откликнулась на ваше действие. На сайте вы ищете нужную информацию: изучаете продукт, производителя, цены и пр. Но, если ответа на какой-то вопрос на сайте нет, вы либо покидаете его, либо звоните менеджеру. Тот же принцип действует при общении с ботом. Если пользователь идет по заложенному скрипту, то никаких проблем не возникает. Бот обрабатывает возражения и отвечает на вопросы. Когда он не может найти ответ, в диалог вступает менеджер либо бот предлагает оставить номер телефона.

Таким образом, цель бота либо получить ваш контакт, либо провести оплату и выяснить адрес доставки. Такой

1. Что мешает чат-ботам захватить российский рынок



функционал ничем не отличается от сайта или любого другого инструмента коммуникации с клиентами.

## Кто основные заказчики ботов

Российские предприниматели и маркетологи активно используют сайты, лендинги, соцсети, триггерные письма и другие средства коммуникации с клиентами, а вот чат-ботов на постоянную основу «нанимают» редко. И это несмотря на то, что все их клиенты пользуются мессенджерами. Почему же коммуникации через сообщения пока не набирают обороты?

Первое: чтобы создать чат-бот, нужно задействовать несколько первоклассных специалистов. Одним программистом здесь не обойтись. Нужны также продуктолог, маркетолог и копирайтер. Чат-бот удерживает внимание клиента своим текстом в отличие, например, от сайта, где основную роль играет дизайн, картинка. Поэтому текст должен быть написан очень качественно. А значит нужно найти толковых специалистов, которые смогут разработать эффективный скрипт, чтобы чат-бот понравился клиентам. Второе: за разработку чат-бота придется заплатить немалые деньги.



Доступный чат-бот. Как привлечь и удержать клиентов с помощью WhatsApp

## Что нужно сделать, чтобы запустить чат-бот

Вот лишь небольшой список тех работ, которые необходимо провести.

**Таблица 1. Кто и как делает чат-бот**

Процесс	Кто делает
Согласовать цели и принципы работы чат-бота	Продуктолог
Создать туннели продаж	Маркетолог
Создать техзадание для копирайта туннелей продаж	Маркетолог
Создать копирайт	Копирайтер
Проверить и согласовать текст чат-бота	Маркетолог
Доработать копирайт	Копирайтер
Повторно проверить и согласовать текст чат-бота	Продуктолог и маркетолог
Создать техзадание для разработчика	Продуктолог
Разработать чат-бота	Программист
Проверить и согласовать программный продукт	Программист и продуктолог
Протестировать чат-бота	Маркетолог

1. Что мешает чат-ботам захватить российский рынок



Процесс	Кто делает
Запустить чат-бот в тестовом режиме	Программист и маркетолог
АВ-тестирование	Маркетолог и продуктолог
Скорректировать тексты	Копирайтер
Скорректировать туннели продаж	Маркетолог
Внести изменения в работу чат-бота	Программист
Запустить чат-бота в боевом режиме	Программист и маркетолог

В среднем группа специалистов создает чат-бот в течение двух месяцев. Стоимость их работы начинается от 10 000 долларов. Задействовать же одного человека для разработки качественного продукта нецелесообразно, поскольку спектр работ очень большой (см. табл. 1).

После того как чат-бот будет готов, понадобится еще 10 000 долларов, чтобы пустить трафик и провести АВ-тестирование. Далее нужно обзавестись специальными инструментами для анализа трафика, ведь обычные системы аналитики не подойдут, а также потратиться на рекламу. На выходе разработчики получают продукт, которым удобно пользоваться, поскольку нет нужды покидать привычную среду мессенджера. Однако для заказчика это очень сомнительная история. У него нет гарантий, что чат-бот работает и начнет приносить деньги.

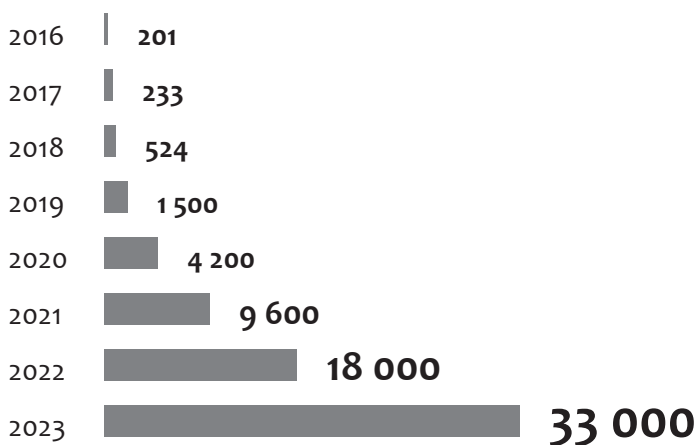




Из-за больших финансовых и трудовых затрат сегодня основными заказчиками чат-ботов являются крупные компании уровня «Энтерпрайз»: банки, страховые компании, авиаперевозчики, известные производители FMCG и др. Они могут позволить себе потратить 25 000–100 000 долларов на создание чат-бота. А малый и средний бизнес вынуждены работать по старинке, на лендингах, соцсетях и т. п.

Однако несмотря на трудности, рынок чат-ботов растет. В 2018 году он оценивался в 500 млн руб., а до 2023 года, по данным компании JustAI, вырастет в 60 раз и составит 32 млрд рублей. Такой взрывной рост невозможен без малого бизнеса, поэтому уже через несколько лет чат-боты станут обыденностью в коммуникации компаний с клиентами.

### Объем рынка и прогноз до 2023 (млн руб.)



1. Что мешает чат-ботам захватить российский рынок

