

16. НЕОБХОДИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ИНСТРУМЕНТА ЧАТ-БОТОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ БЕЛОРУССКИХ БАНКОВ

Павлык А.О., студент гр.174001, Савчик Д.А., студент гр.174004

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Файзрахманов Ф.М. – д.ф.э., старший преподаватель

Аннотация. На современном рынке банковских услуг преуспевает та компания, которая способна с большим успехом индивидуально подстроиться под клиентский запрос. Большинство клиентов банков предпочитают общаться с компанией через онлайн-каналы, включая чат-боты. С помощью данного инструмента компании уже активно собирают данные, обрабатывают запросы и проводят ключевые транзакции, что помогает автоматизировать процесс маркетинга и повысить лояльность пользователей.

Ключевые слова. Автоматизация, чат-боты, NLP (Natural Language Processing), банковская организация.

Автоматизация маркетинга и маркетинговых коммуникаций для современных компаний является инструментом, позволяющим оптимизировать эти процессы и добиться лучших результатов в этой сфере. Согласно исследованиям американской фирмы по распространению пресс-релизов Cision PR Newswire, к 2030 году доходы отрасли автоматизации маркетинговых процессов достигнут примерно 13,2 млрд долларов [1].

Высокие затраты на сервис и консультацию клиентов, невозможность постоянного участия в них работников банков, желание клиентов получать информацию быстро, в требуемом объеме и качестве заставляют руководителей этих финансовых организаций принимать инновационные решения в области автоматизации их маркетинга. Особо острая проблема времени ожидания оказания услуги со стороны клиентов, с которой сегодня сталкивается практически любая банковская организация, препятствует расширению масштабов деятельности компании и может стать причиной потери клиентов. Для ее решения в сфере банковских услуг ведущими международными банками уже достаточно долгое время используется такой инструмент автоматизации общения с клиентами как чат-боты (см. таблицу).

Таблица – Примеры использования чат-ботов международными банками

Чат-бот «Ally Assist»	Функционирует в мобильном приложении, распознает текст и голос и выполняет функции: проведение платежей и переводов, транзакций «PopMoney» и депозитов; обработка запросов о балансе счета и истории проведенных операций, обзор моделей сбережений и расходов. Благодаря машинному обучению может прогнозировать потребности клиентов, анализируя счета и транзакции, чтобы предлагать соответствующие темы и сообщения [2].
Чат-бот «Master-card» на платформе «Facebook»	Чат-бот имеет встроенную функцию «NLP» (Natural Language Processing) обработки естественного языка, связанной с предоставлением компьютерам возможности понимать текст и произносимые слова почти так же, как люди. В чат-бот встроено множество инновационных функций – он не просто выполняет базовые команды, но обрабатывает и анализирует аккаунты и карты каждого конкретного пользователя [3].
«HDFC Bank OnChat»	С помощью данного «Facebook»-чат-бота можно пополнить баланс телефонного счета, оплатить основные услуги, купить билеты в кино или на самолет, а также заказать такси или забронировать место в автобусе. «Умный» бот выбирает самый выгодный тариф между разными компаниями такси, а информация о платежах автоматически сохраняется в истории для повторных платежей. Данная функция позволила банку повысить лидогенерации в 30 раз [4].
«Chase Digital Assistant»	Чат-бот компании JPMorgan Chase позволил ей сохранить более 360 тыс. часов работы специалистов. Он позволяет проверить баланс счета, получить номер учетной записи или маршрутизации, заменить, заблокировать кредитные и дебетовые карты, перевести деньги или оплатить счета, наблюдать за инвестициями [5].
Примечание – Источники: [2, 3, 4 и 5]	

На белорусском рынке банковских услуг ряд банков уже использует технологию чат-ботов в течение длительного периода. Среди них ОАО «Беларусбанк» (виртуальный консультант «Злата» и чат-бот в «Telegram»), ЗАО «МТБанк» (чат-бот «МТRobo» для бизнес-клиентов), ОАО «Белинвестбанк» (чат-бот в «Telegram»), ЗАО «Альфа-Банк» (чат-бот «Альфа-Бот») и другие. К сожалению, чат-боты перечисленных банков имеют ограниченную функциональность из-за чего не могут в полной мере удовлетворить потребности клиентов. Чат-бот ЗАО «Альфа-Банк» не функционирует как полностью самостоятельный, а лишь предназначен для переадресации запроса агентам поддержки. Подобный функционал реализован и в мобильном приложении «InSynс» этого банка. Чат-бот не решает проблему времени ожидания, и пользователю приходится тратить больше времени для решения даже самой простой проблемы [6]. Виртуальный консультант ОАО «Беларусбанк» лишь дублирует информацию, приведенную на сайте и которую легко найти, воспользовавшись поиском. Чат-бот в «Telegram» предлагает информацию о курсах валют, ближайших отделениях банка, банкоматах и киосках, однако не персонализирует опыт клиента и не дает возможности проводить операции [7] [8]. Чат-бот ОАО «Белинвестбанк» помогает найти информацию о кредитах, депозитах и платежных карточках, но большинство опций просто перенаправляют пользователя непосредственно на сайт банка. На сайте также предложен еще один чат-бот, который предлагает общение с оператором, но для этого предварительно необходимо заполнить форму с контактными данными и интересующими банк вопросами [9].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что большинство белорусских банков используют чат-боты лишь для переадресации пользователя, но в действительности процессы общения с клиентами не автоматизированы и требуют контроля со стороны.

На основе вышеприведенных итогов анализа мы считаем целесообразным и возможным для вышеуказанных и других белорусских банков реализовать:

1) внедрение системы проведения наиболее популярных платежных операций. Система приема платежей «ЕРИП» имеет относительно сложную структуру и поиск нужной операции клиентом может вызвать для него затруднения. А с помощью чат-бота можно будет пополнить баланс мобильного телефона, оплатить услуги, приобрести билет и т.п.;

2) возможность пользовательского взаимодействия с картами и счетами: открытие и блокировку счетов, смену PIN-кода, получение информации о номере счета, балансе и последних транзакциях. Сейчас в некоторых банках для осуществления таких операций необходимо физическое присутствие клиента в одном из отделений, а при внедрении таких функций банки смогут разгрузить своих консультантов и снизить время ожидания клиентов;

3) использование NLP для облегчения коммуникаций клиента банка с чат-ботом. В этом случае клиент банка сможет сформировать необходимый запрос без использования сложной профессиональной лексики, при этом чат-бот поймет даже самый неструктурированный текст;

4) генерацию возможных вопросов на основе ранее полученных запросов пользователей. Предложение дополнительных опций увеличивает время нахождения пользователя в диалоге с чат-ботом.

5) реализацию чат-ботов на основе популярных мессенджеров со знакомыми для пользователя интерфейсами.

Предложенные рекомендации позволят автоматизировать маркетинговые процессы в банковской сфере, сократить затраты на маркетинговые коммуникации, повысить уровень удовлетворенности пользователей, лидогенерацию и конверсию, что в свою очередь приведет к росту привлекательности банковских услуг.

Список использованных источников:

1. Emergen Research, Marketing Automation Market Size to Reach USD 13.32 Billion in 2030/ Emergen Research // Cision PR Newswire. – Режим доступа: <https://www.prnewswire.com/news-releases/marketing-automation-market-size-to-reach-usd-13-32-billion-in-2030--emergen-research-301722410.html>. – Дата доступа: 18.02.2023 г.
2. Chatbot Guide, Ally ChatBot // Chatbotguide.org. – Режим доступа: <https://www.chatbotguide.org/ally-bank-bot> – Дата доступа: 10.03.2023 г.
3. Chatbot Guide, Mastercard ChatBot // Chatbotguide.org. – Режим доступа: <https://www.chatbotguide.org/mastercard-bot#:~:text=Mastercard%27s%20merchant%20bot%20enables%20Masterpass,Works%20across%20many%20verticals> – Дата доступа: 10.03.2023 г.
4. HDFC Bank, Bank On Chat// Hdfcbank.com. – Режим доступа: <https://v.hdfcbank.com/htdocs/onChat/index.html> – Дата доступа: 10.03.2023 г.
5. Chase Bank, Chase Digital Assistant// Chase.com. – Режим доступа: <https://www.chase.com/digital/customer-service/digitalassistant#:~:text=The%20Chase%20Digital%20Assistant%20is,helping%20you%20manage%20your%20finances.> – Дата доступа: 10.03.2023 г.
6. Альфа-банк, чат-бот // Telegram.com. – Режим доступа: https://t.me/ABVchat_bot – Дата доступа: 18.02.2023 г.
7. Беларусбанк, чат-бот // Telegram.com. – Режим доступа: https://t.me/asb_belarusbank_bot – Дата доступа: 21.02.2023 г.
8. Беларусбанк, виртуальный консультант // Belarusbank.by. – Режим доступа: <https://belarusbank.by/> – Дата доступа: 21.02.2023 г.
9. Belinvestbank, чат-бот // Telegram.com. – Режим доступа: https://t.me/Belinvestbank_Official_Bot – Дата доступа: 21.02.2023 г.

59-я Научная Конференция Аспирантов, Магистрантов и Студентов БГУИР, Минск, 2023

UDC 336

THE NECESSITY OF IMPLEMENTATION THE CHATBOT TOOL TO INCREASE THE EFFICIENCY OF MARKETING COMMUNICATIONS OF BELARUSIAN BANKS

Paulyk A.O., Sauchy D.A.

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics Minsk, Republic of Belarus

Fayzrakhmanov F.M. – PhD in Economics, senior lecturer

Annotation. In the modern market of banking services success comes to the company, which is able to individually adapt to the customer request more efficiently. Most bank customers prefer to communicate with the company via online channels, including chatbots. With this tool, companies are already actively collecting data, processing requests and conducting key transactions, which helps to automate marketing and increase user loyalty.

Keywords. Automation, chat-bots, NLP (Natural Language Processing), banking organization.