

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕЛЕГРАМ-БОТОВ ДЛЯ МАРКЕТИНГА

научный руководитель: Третьякова И.Н., к.н., доцент кафедры
производственного менеджмента

В статье рассматриваются вопросы возможностей Телеграм-Ботов на информационном рынке предоставления услуг и использования их в области маркетинга. Подчеркиваются их востребованность среди потребителей в различных сферах деятельности, что, в конечном итоге, позволяет достигнуть максимального результата в области маркетинга. Акцентируется внимание как на позитивные, так и негативные стороны данного вида деятельности.

Ключевые слова: аккаунт, мессенджер, телеграм-боты, QR-коды, фидбек, маркетинг.

Телеграм – мессенджер, пользующийся популярностью у огромного количества пользователей [Sendpluse, 2022; Jivo, 2022; Habr, 2022; 1PS, 2021] из-за своей простоты и доступности. Телеграм-канал востребован и популярен по всему миру, и Россия – не исключение. Широкое использование цифровых технологий позволяет быстро получать необходимую информацию в различных сферах деятельности человека, в частности для маркетинга. В последнее время, Телеграм набирает все больше аудитории, так как сам мессенджер можно настроить под себя, общаться с друзьями и искать новые контакты при помощи поиска. Наряду с позитивными моментами, существуют и противоположные, связанные с рисками: информационными [Селезнев, 2016; Белоусова, 2019; Золотухин, 2020], экономическими [Киселева, Михайлов, Михайлова, 2020]; психологическими [Золотухин, Казаков, 2014; Козырева, Тарасенко, 2021], социокультурными и т.д.

Так же через мессенджер можно узнавать новости, быть в курсе валютных котировок, переводить тексты, играть в игры. А выполнять все эти действия вы можете через систему специальных Телеграм-ботов. Телеграм-боты – это специальные аккаунты, которые позволяют пользователю

совершать разные действия через мессенджер. Боты выполняют действия, через специальные команды, по принципу «вопрос-ответ» после нажатия кнопки «старт».

Например, можно узнать погоду, как это показано на рисунке 1.

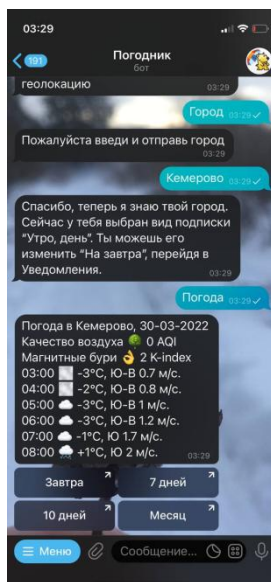


Рисунок 1. Демонстрация телеграм бота для погоды.

На данный момент Телеграм-боты стали очень популярны, они помогают рядовым пользователям мессенджера Телеграм выполнять обычные повседневные действия в автоматическом режиме и значительно упрощают жизнь. Так же для владельцев Телеграм-каналов, боты-модераторы, которые занимаются очисткой всякого мусора-спама стали незаменимыми помощниками.

У ботов в мессенджере достаточно много функций. Приведем примеры некоторых из них.

– развлечение – это боты со смешными картинками, так называемыми мемами, или боты для поиска фильмов на вечер, или, в крайнем случае, бот с анекдотами: «Заходит в бар улитка говорит...»;

– поиск и обмен файлами – бот помогает сохранять и отправлять файлы с различных ресурсов, находить литературу или торренты;

- новостные, информационные – боты такой направленности могут отправлять нам новости, погоду или сегодняшний курс рубля к доллару;
- интеграция со сторонними сервисами – функционал таких ботов можно использовать для получения уведомлений с различных сервисов или для управление умным домом.

И список не заканчивается только этими функциями: его можно продолжать до бесконечности.

В мессенджере Телеграм имеются боты помощники, которых можно использовать для бизнеса. Принимать оплату, отслеживать товар, который находится в пути, оформлять заявки на возврат денежных средств. Примерами могут являться деятельность банковских организаций [Третьякова, 2021] и строительные организации [Галанина, Третьякова, 2020], оказывающие услуги населению в области строительства. Можно использовать Телеграм-ботов при выступлении, передавая при помощи бота вопросы в зал или держать в курсе о различных активностях на мероприятии.

Бота можно создать несколькими способами. Начинается все с одного, обращение к главному «отцовскому» боту. Либо используем Python и регистрируем нашего бота у бати, либо мы используем различные конструкторы, которые позволяют нам создать нужного нам бота, но при этом все так же регистрируем наш начальный продукт у бота бати.

Телеграм-ботов в маркетинге можно использовать по-разному. Например, условный компьютерный клуб. У данного клуба есть постоянные клиенты и первое для чего можно использовать Телеграм-бота это для информирования клиента об различных акциях, либо изменения ценовой политики. Второе – это актуальность мессенджера, так, как не каждый человек захочет подписаться в социальных сетях на нашу контору. В большинстве своем в социальных сетях ты можешь не заметить важную новость нашего заведения т.к. в большинстве своем лента сообщества будет заспалена всяким мусором.

Третье – в Телеграм-бот можно добавить функцию фидбека, связанную с нашим заведением. Люди смогут всегда оставлять пожелание по поводу улучшения нашего бизнеса и отмечать проблемы, которые имеются в функционировании нашего бизнеса.

Четвертое – нам не надо платить в большинстве своем за то, что наш бот существует, так как Телеграм как платформа позволяет Телеграм-ботам существовать автономно, если у них нет большого функционала и если они написаны благодаря встроенному конструктору. Но если у нас идет полностью ручное написание функционала, если мы хотим добавить какой-то очень хороший функционал, то придется обзавестись хостингом, либо держать его на локальном компьютере, который имеет выход в интернет.

Варианты использования создаваемого Телеграм-бота в предметной области представляется:

- возможность авторизации для контроля нашего баланса;
- функция пополнения баланса нашего аккаунта;
- выбрать интересные подписки из жизни нашего клуба, будь то новости или же изменения ценовой политики или же все сразу;
- функция фидбека, когда любой пользователь может написать пожелания по улучшению условий в нашем клубе;
- функция репорта, когда человек захочет сообщить о какой-нибудь ошибке;
- заранее выбрать место аренды компьютера в клубе;
- вызов администратора (это удобно, ведь можно не вставая, сделать это);
- активируемый раздел с доступными вакансиями.

Благодаря такому функционалу, можно спокойно делать аналитику по конкретной сфере деятельности (работе) предприятия или учреждения.

Достаточно быстро реагировать на какие-то проблемы, которые мы будем иметь, но не будем замечать.

Так же, если берем другую предметную область, то можно подвязать монетизацию нашего Телеграм-бота.

Виды получения дополнительного дохода с нашего бота:

- реклама различных сервисов не связанных с нашей деятельностью.
- реклама различных услуг от наших партнеров.

Так же мы сами можем использовать наш Телеграм-бот как часть нашей рекламной компании:

Нам будет необходимо помимо нашего основного функционала, сделать визитную карточку внутри бота с соответствующими разделами, дабы наш продукт при рекламе смотрелся прилично. После того как мы это сделаем, нам надо будет связаться с владельцами Телеграм-каналов связанных с нами либо одним городом, либо тематикой которая близка к нашей предметной области. После того как мы нашли подобный Телеграм-канал и владельца, мы договариваемся о бартере, либо взаимный пиар, либо мы просто оплачиваем. После этого, наш Телеграм-бот будет циркулировать в канале или в каналах, с которыми мы договорились. После этого Телеграм-бот будут замечать люди, которые о нем не знают и которые в целом не знали о нашем бизнесе. Будут обращать внимание на нашу визитку и если человеку станет интересно то, чем мы занимаемся, то он, скорее всего, должен будет воспользоваться нашими услугами, ведь в нас в одном Телеграм-боте будет вся информация о нашем бизнесе:

- часы работы;
- цены;
- сотрудники;
- условная цена на бар, если таковой имеется (относится к компьютерному клубу).

Так же мы можем использовать QR-коды для пополнения нашего баланса, если такая функция имеется и выполняет функции обеспечения безопасности и формирования определенной информационной культуры [Жукова, Жуков, 2018].

QR-коды – тип матричных штриховых кодов, изначально разработанных для автомобильной промышленности Японии. Его создателем считается Масахиро Хара. Сам термин является зарегистрированным товарным знаком японской компании «Denso». Некоторые примеры их использования перечислены ниже:

- для оплаты авиабилеты или билетов на поезд можно использовать мобильные телефоны и QR-коды;
- можно использовать вывески QR-кодов на зданиях, чтобы получить информацию о компании или компаниях, которые работают внутри здания;
- для просмотра телепрограмм, записанных в QR-кодах;
- можно использовать QR-коды на автобусных станциях, на картах, на остановках, чтобы узнать время прибытия следующего автобуса;

Мы можем использовать QR для альтернативной рекламы нашего Телеграм-бота. В виде стикеров или листовок.

В результате создания Телеграм-бота, можно получить продукт, который упростит жизнь клиентов нашей компании и позволит руководству пользоваться альтернативными способами рекламы бизнеса путем взаимодействия с другими Телеграм-каналами. Это позволит увеличить клиентскую базу и увеличить прибыль. И это все благодаря мало затратной интеграции в цифровых технологиях.

Библиографический список

Белоусова О. А. Влияние интернета на формирование молодежного экстремизма. / В сборнике: Уголовно-исполнительная система сегодня: взаимодействие науки и практики. Материалы XIX Всероссийской научно-практической конференции. Отв. ред. А. Г. Чириков. – Новокузнецк, 2019. – С. 299–301.

Галанина Т. В., Третьякова И. Н. Стратегия интернет-маркетинга строительной компании. // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. – № 12-1. – С. 39–45.

Жукова О.И., Жуков В.Д. Воздействие информации на сознание с современной социокультурной реальности. // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Познание. 2018. – № 11 (86). – С. 76–79.

Золотухин В. М. Социально-философский и культурологический аспекты деятельности человека в рамках цифровой реальности // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки, 2020. – Т. 4. – № 4 – С. 323–329. DOI: <https://doi.org/10.21603/2542-1840-2020-4-4-323-329>.

Золотухин В. М., Казаков Е. Ф. Особенности «души» русской культуры. // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. – № 4-1 (60). – С. 195–199.

Козырева М. В., Тарасенко А. А. Качество жизни населения и специфика правоприменения в российской социокультурной ментальности. / В сборнике: Проблемы экономики и управления: социокультурные, правовые и организационные аспекты. Сборник статей магистрантов и преподавателей КузГТУ. – Кемерово, 2021. – С. 82–89.

Киселева Т. В., Михайлов В. Г., Михайлова Я. С. Формирование региональной системы управления эколого-экономической безопасностью. // Научные технологии разработки и использования минеральных ресурсов. 2020. – № 6. – С. 403–409.

Селезнев Р. С. Социальные сети в контексте мировой политики: актор или инструмент. // Международные отношения. 2016. – № 3. – С. 215–226.

Третьякова И. Н. Оценка эффективности интернет-маркетинга ПАО «ВТБ». // Конкуренция и монополия : Сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования, Кемерово, 20–21 октября 2021 года / Под общей редакцией Н.В. Кудреватых, В.Г. Михайлова. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2021. – С. 268–273. – EDN BVSSQJ.

IPS [Электронный ресурс] URL: <https://ips.ru/blog/dirs/2021/fenomen-telegram-botov-chto-eto-zachem-nuzhnyi-primeryi/> (дата обращения: 30.03.2022).

Habr [Электронный ресурс] URL: <https://habr.com/ru/post/442800/> (дата обращения: 30.03.2022).

Jivo [Электронный ресурс] URL: <https://www.jivo.ru/blog/tutorials-jivo/chat-bot-dlya-telegram.html> (дата обращения: 30.03.2022).

Sendpulse [Электронный ресурс] URL: <https://sendpulse.com/ru/knowledge-base/chatbot/create-telegram-chatbot> (дата обращения: 30.03.2022).

Ya . R . Moiseev

T.F. Gorbachev Kuzbass State Technical University, Kemerovo, Russia

USING TELEGRAM BOTS FOR MARKETING

Scientific supervisor: Tretyakova I.N., PhD, Associate Professor
of the Department of Production Management

The article discusses the possibilities of Telegram Bots in the information market of providing services and using them in the field of marketing. Their relevance among consumers in various fields of activity is emphasized, which ultimately allows achieving maximum results in the field of marketing. Attention is focused on both positive and negative aspects of this type of activity.

Keywords: account, messenger, telegram bots, QR codes, feedback, marketing.