



Qué son los chatbots y cómo pueden ser útiles para mi negocio digital

Los chatbots seguirán siendo tendencia en el marketing digital en la medida que la tecnología siga avanzando y más empresas, incluso pequeñas, se sumen a la automatización.

Pero, ¿qué son los chatbots y cómo podemos emplearlos para beneficio de nuestro negocio digital?

Qué es un chatbot



Los chatbots son servicios basados en tecnología de inteligencia artificial mediante los cuales un usuario puede establecer comunicación con un programa informático, por lo general a través de una aplicación de mensajería instantánea o los servicios de mensajería de las redes sociales.

El programa reconoce nuestro lenguaje y a partir de ese entendimiento puede realizar las tareas que le encomendemos. Así, es empleado para consultar vuelos, reservar restaurantes, gestionar solicitudes de atención al cliente, sugerir contenido relevante sobre ciertos temas, asistir al cliente en compras en línea, entre otros.

Trabajan con una interfaz más directa y cómoda, con menos botones y menús para navegar. Esta sencillez es ideal para el teléfono celular, es decir, estar literalmente al alcance de la mano al momento que el consumidor necesite una recomendación o asesoría en un proceso de compra.

Segmentación y alcance

La interacción con el cliente se convierte en una suerte de proceso de aprendizaje para los chatbots: obtienen datos sobre gustos e intereses que transformarán en información acerca de productos y servicios cada vez más en consonancia con las preferencias de la persona.

En otras palabras, con la interacción, logrará segmentar a los clientes y enviar mensajes y notificaciones personalizados, basados en sus intereses.

Una manera de obtener datos son las encuestas en línea, rápidas y sencillas, a las que el usuario podrá ser guiado por el chatbot.

Con los chatbots puedes llegar adonde están tus potenciales consumidores porque con una programación adecuada podrán realizar preguntas a los usuarios con el fin de calificarlos como tus leads y prospectos, y según los resultados, considerar si continúas ofreciéndoles tus productos o servicios.

Otras funciones de los chatbots



Hemos visto dos funciones de los chatbots para aprovechar en una estrategia de marketing digital: la segmentación y el alcance. Veremos algunas más a continuación:

Los chatbots aumentan el engagement, es decir, pueden hacer que los clientes se queden más tiempo en la interacción, y lo hacen con el ofrecimiento de nuevo contenido, adaptado a los intereses del usuario, que lo conduzca a seguir interactuando.

El contenido, por supuesto, tiene que ser de calidad y agregar valor para el cliente. Hay que aprovechar que el chatbot puede enviar mensajes sin limitaciones tras la primera interacción, pero se debe tener cuidado para no pasarse de la raya y ser calificado como spam.

La imagen y cercanía del cliente con la marca puede beneficiarse con una comunicación que ofrezca una experiencia distinta y renovada al cliente, más divertida y lúdica.

Desarrollar un chatbot

Para incluir un chatbot en nuestra estrategia de marketing, debemos tener claro cuál será su objetivo. Con esta idea establecida, podremos construir los contenidos que manejará y usará en la conversación que hayamos diseñado para que interactúe con el cliente. La elaboración de las frases y el vocabulario deben estar en función de la conversación que queremos desarrollar.

El desarrollo de un chatbot no es demasiado complicado, se equipara a crear una aplicación web sencilla. Sin embargo, muchas empresas optan por contratar empresas que ofrecen soluciones de inteligencia artificial para que diseñen la interfaz completa en la que interactuará el chatbot.