**Jak Chatboty zmieniają obsługę klienta…**

**Powszechna digitalizacja usług, możliwość zrobienia zakupów przez Internet, wirtualna rzeczywistość… To są realia, w jakich dzisiaj muszą odnaleźć się konsumenci. Młodym przychodzi to bardzo łatwo, ale osoby z pokolenia X - urodzone do 1980 r. włącznie mogą mieć problem z odnalezieniem się w świecie, gdzie na maile i telefony odpowiadają autorespondery, a gdy szukają kontaktu, na stronie www pojawia się Chatbot.**

Jeszcze 20 lat temu mało kto wyobrażał sobie, że będzie mógł porozmawiać z Chatbotem, zapytać go o coś, lub nawet za jego pośrednictwem dokonać zakupu. Technologia bardzo szybko zmieniła naszą rzeczywistość, a najbliższe lata przyniosą zapewne kolejne zmiany. Wystarczy wspomnieć, iż według firmy Grand View Research, światowy rynek Chatbotów będzie do 2025 r. warty 1,23 mld dolarów.

Chatboty i jemu podobni “Asystenci” na dobre zagoszczą w życiu codziennym, będą umilać czas, służyć pomocą, czy przypominać o ważnych rzeczach.

Naprzeciw tym trendom wychodzą firmy usługowe, sklepy internetowe i inne podmioty, które w ten sposób oferują obsługę klienta 24 h na dobę.

Jeżeli nagle po godzinie 22.00 klient przypomni sobie, że miał złożyć reklamację, to za pośrednictwem Chatbota, bez problemu będzie mógł to zrobić.

Każdy pracownik biura obsługi klienta wie, iż istnieje pula pytań, próśb i problemów, z którymi klienci najczęściej się zwracają. W każdej firmie jest, a przynajmniej powinna być baza tzw. FAQ (z ang. frequently asked questions), które odpowiadają w imieniu działu obsługi klienta na najczęściej zadawane pytania. Niestety czytelność tego typu dokumentów przez klientów jest niewielka. Dziś liczy się łatwość i szybkość pozyskania informacji, a łatwiej i szybciej jest zadzwonić lub napisać na czacie.

Coraz więcej różnych sektorów rynku znajduje zastosowanie dla Chatbotów w swoim biznesie. I nie ma się co dziwić. Chatboty odciążają biura obsługi klienta, przyspieszają pozyskanie informacji, usprawniają proces obsługi, a ponadto są łatwo dostępne i nie trzeba czekać na infolinii, aby uzyskać pomoc*.*

Dziś praktycznie w każdej branży można znaleźć zastosowanie dla zautomatyzowanej obsługi klienta. Dobrym przykładem może być branża motoryzacyjna:

*“Serwis Autobaza.pl umożliwił klientom sprawdzenie historii pojazdu po nr VIN za pośrednictwem Chatbota, bezpośrednio na platformie Messenger. Wystarczy wejść na profil firmy na Facebooku, lub do zakładki kontakt na stronie www. Klient uzyska też pomoc z zakresu obsługi po sprzedaży, oraz podstawowe informacje dot. przedmiotu działalności firmy” -* mówi Agnieszka Celejowska Specjalista ds. Content Marketingu serwisu Autobaza.pl.

Duże możliwości w obsłudze klienta daje także zastosowanie sztucznej inteligencji, na której opiera się Chatbot. Przy jego pomocy można nie tylko stworzyć drzewo pytań i odpowiedzi, lecz wykorzystać pojedyncze wpisywane przez klienta wyrazy, aby możliwie najcelniej dopasować interesujące go tematy.

Czy Chatboty i inni automatyczni asystenci zmniejszą zapotrzebowanie na pracowników biura obsługi klienta? Na pewno tak. Być może za kolejnych 20 lat centra obsługi klienta będą całkowicie zautomatyzowane, a sztuczna inteligencja będzie rozwiązywać problemy klientów.

Zmiany są nieuchronne. Firmy, które już wykorzystują potencjał Chatbota i obserwują pozytywne efekty z zastosowania omawianego rozwiązania, na pewno będą myśleć, jak jeszcze wykorzystać sztuczną inteligencję, aby pomagała w prowadzeniu firmy.