9 أسباب تتطلب أعمال التجارة الإلكترونية الخاصة بك روبوت محادثة

يمكن لمساعد مبيعات عظيم أن يحول تجربة التسوق بالكامل.

لنفترض أنك دخلت متجرًا وحصلت على إرشادات فورية وودية ومعرفة بشأن المنتجات من أحد الموظفين.

ستزداد احتمالية عثورك على ما تبحث عنه وشرائه.

ولكن عند النقر للوصول إلى معظم المتاجر عبر الإنترنت ستترك أجهزتك الخاصة. معظم مواقع التسوق عبر الإنترنت ليس لديها ما يوجهك في الاتجاه الصحيح أو للإجابة على أسئلتك.

وإذا لم تتمكن كعميل من الحصول على المساعدة التي تحتاجها فمن غير المرجح أن تشتريها.

ولكن إليك خبرًا عاجلاً هامًا لتجار التجارة الإلكترونية: لا يجب أن يكون الأمر على هذا النحو.

يمكنك الحصول على دليل معاون مبيعات فائق الصداقة ومتاح دائمًا وفائق المعرفة في مسار تحويل المبيعات على موقعك.

مرحبًا بك في العالم الرائع من chatbots على Messenger للتجارة الإلكترونية!

لماذا برامج الدردشة الآلية؟

لأن هناك ما يقدر بـ 24 مليون موقع للتجارة الإلكترونية.

يعني الحفاظ على التنافسية توفير تجربة فريدة واستثنائية لا يفعلها تجار التجزئة الآخرون.

سنقدم لك تسع طرق يمكن أن يوفر بها برنامج chatbot على Messenger هذا النوع من الخبرة لعملائك - مما يوفر لك الوقت ويعزز المبيعات في هذه العملية.

لكن قبل أن نبدأ يجب أن تعرف شيئًا واحدًا

يمكن لأي شخص إنشاء روبوت محادثة على Facebook Messenger - بما في ذلك أنت.

ويمكنك أن تبدأ اليوم مجانًا مع Chatfuel لا توجد خبرة سابقة أو معرفة بالشفرة مطلوبة لذلك يمكنك الانتقال من التفكير إلى القيمة بسرعة.

الآن تابع القراءة لتتعرف على ما يمكن أن يفعله روبوت محادثة التجارة الإلكترونية لعملك عبر الإنترنت ثم استمر في القراءة لتتعلم كيفية البدء على الفور.

1. يمكن أن يعمل روبوت المحادثة كمتسوق شخصي ويوصي بالمنتجات.

لنبدأ بإحصائيات مهمة:

من المرجح أن يقوم 80٪ من المستهلكين بإجراء عملية شراء عندما تقدم العلامات التجارية تجارب شخصية (Epislon).

قام 49٪ من العملاء الذين شملهم الاستطلاع بشراء سلع لم يكونوا يخططون لها في الأصل بسبب توصية شخصية (جزء).

يتيح لك chatbot Facebook Messenger الاستفادة من قوة اقتراحات المنتجات المخصصة لزيادة المبيعات.

(ولا تقلق من السهل إنشاء روبوت محادثة لتوصية منتج بسيط.) لماذا يعمل هذا بشكل جيد؟ أولاً روبوت المحادثة يتحدث بأسلوب ودود ذهابًا وإيابًا مع العملاء المحتملين

. يجعل المتسوقين يشعرون بالراحة كما لو كانوا يتحدثون مع صديق.

النتيجة: موقف منخفض الضغط حيث يتقبل العميل توصيات المنتج.

إنها تجارة محادثة في أفضل حالاتها!

ثانيًا يمكن أن يستخدم روبوت المحادثة أسلوبه ذهابًا وإيابًا لاختبار احتياجات المستخدمين.

يمكنه معرفة المزيد عن نقاط الألم الخاصة بهم وتفضيلاتهم وميزانيتهم وما إلى ذلك. ومن هناك يمكنه مشاركة المعلومات والصور والروابط لشراء المنتجات التي تناسب متسوقًا معينًا بشكل أفضل.

Beauty Player يسأل الروبوت الخاص بشركة العناية بالبشرة هذه المستخدمين عن نوع بشرتهم.

هل هو جاف أم زيتي أم مركب؟ هل هم قلقون من حب الشباب أو الشيخوخة أو الجفاف؟ هل لديهم بشرة حساسة: نعم أم لا؟

يمكن أن يوصي روبوت الدردشة بعد ذلك بأقنعة ومرطبات ومنتجات أخرى مناسبة خصيصًا لاحتياجات هذا العميل المحتمل.

كما أنه يحفظ البيانات من ردود المستخدم كسمات لفرص إعادة الاستهداف المستقبلية.

LEGO أطلقت العلامة التجارية الشهيرة للألعاب روبوت دردشة على Facebook خلال موسم الأعياد لمساعدة المتسوقين في العثور على الهدية المثالية.

يسأل روبوتهم المستخدمين عن عمر متلقي الهدية واهتماماته وميزانية المتسوق.

ثم تقوم بإرجاع مجموعات LEGO الأعلى التي تناسب المعايير جنبًا إلى جنب بالطبع مع روابط الشراء.

2. يمكن لبرنامج chatbot تحسين عائد إنفاقك الإعلاني (ROAS).

لذا فقد أنشأت إعلانات مبهرة على Facebook أو إعلانات Instagram تجذب عملاء محتملين للنقر.

عظيم! ماذا حدث بعد ذلك؟ في معظم الحالات يهبط المستخدمون على موقع متجرك عبر الإنترنت ويتركون مرة أخرى لأجهزتهم الخاصة.

لزيادة التحويلات وعائد النفقات الإعلانية أضف روبوت محادثة على Facebook إلى المزيج.

تضمين chatbot Messenger على موقع الويب الخاص بك.

يمكن أن يظهر برنامج الروبوت الخاص بك على موقعك لتقديم المساعدة عندما يهبط المستخدمون على صفحة معينة.

إذا كان المتسوق يريد المساعدة فيمكنه التعامل مع الروبوت للحصول على توصيات المنتج أو طرح الأسئلة.

إذا لم يكن الأمر كذلك فيمكنهم التسوق بمفردهم.

أرسل المستخدمين من أحد الإعلانات إلى chatbot الخاص بك في Messenger. استخدم إعلان click-to-Messenger لجلب العملاء المحتملين إلى chatbot الخاص بك أولاً قبل أن يزوروا موقع الويب الخاص بك.

يمكن للروبوت أن يجهزهم لعملية شراء من خلال الإجابة على الأسئلة واقتراح العناصر.

من هناك يمكنه إرسالها إلى موقعك للشراء.

استخدم البيانات التي يجمعها روبوت المحادثة لتحسين استهداف الإعلانات.

بمجرد أن يتعامل المستخدم مع chatbot فإن الروبوت لديه حق الوصول إلى بيانات ملفه الشخصي على Facebook ومن خلال الاختبارات والأسئلة يمكنه جمع المزيد.

من البيانات وحفظها كسمات.

يمكنك بعد ذلك إنشاء جماهير متشابهة لاستهداف أشخاص مشابهين لعملائك الأكثر قيمة أو جماهير مخصصة لإعادة توجيه الإعلانات.

استخدم Segment Sync في Chatfuel لإرسال هذه البيانات إلى Ads Manager بنقرة واحدة.

لمعرفة مدى فعالية الروبوت في تحسين عائد النفقات الإعلانية تحقق من دراسة الحالة لـ 3D Mats. يأخذ الروبوت الخاص بشركة ملحقات السيارات هذه المستخدمين من خلال تدفق بسيط لتوصية المنتج. قللت من استفسارات العملاء المتكررة بنسبة 70٪ للمبتدئين. أفضل من ذلك: لقد حققوا عائدًا بنسبة 999 ٪ على الإنفاق الإعلاني مع إعادة الاستهداف باستخدام البيانات من الروبوت الخاص بهم!

3. يمكن أن يوفر chatbot خدمة عملاء فورية 24/7.

حتى لو كان لديك فريق خدمة عملاء ممتاز فهم بحاجة إلى النوم! لا تستطيع معظم العلامات التجارية الحصول على دعم فوري عبر الدردشة المباشرة من ممثلين بشريين على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع. ومع ذلك يمكن أن يكون روبوت الدردشة على Facebook متاحًا على الفور على مدار الساعة.

ليس المقصود من الروبوتات أن تحل محل العوامل البشرية. ولكن عندما يتعلق الأمر بالإجابة على الأسئلة الشائعة فهي حل مثالي.

(في الواقع يمكن لروبوت الدردشة المصمم جيدًا الإجابة على ما يصل إلى 80٪ من الاستفسارات الروتينية.)

يمكنك حتى إنشاء روبوت محادثة AI باستخدام Chatfuel والذي سيكون قادرًا على الرد على مجموعة أكبر من الأسئلة.

لنفترض أن لدى المتسوق سؤالاً حول أحد المنتجات وأوقات الشحن وما إلى ذلك. لا يمكنهم العثور على الإجابة على موقع التجارة الإلكترونية الخاص بك ، ولا يوجد وكيل مباشر متاح للدردشة. قد يختارون التسوق في مكان آخر. لذا فإن روبوت الدردشة الذي يمكنه الإجابة على سؤالهم على الفور قد يكون هو الفرق بين عملية بيع خاسرة وعميل جديد راضٍ.

بالإضافة إلى ذلك فإن وجود chatbot يتعامل مع الأسئلة المتكررة يوفر لك ووقت فريقك. ما عليك سوى إلقاء نظرة على حالة تاجر التجارة الإلكترونية DECEN Muebles وهي علامة تجارية لأثاث الأطفال. يتعامل روبوت الدردشة الخاص بهم الآن مع 98٪ من استفسارات العملاء مما يترك لفريقهم وقتًا للتعامل مع مهام أكثر تعقيدًا. (ثمرة الكرز في المقدمة: 80٪ من إجمالي مبيعات العلامة التجارية يأتي الآن من الروبوت أيضًا! إنه ربح مثالي للجانبين).

4. يمكن لروبوت الدردشة استرداد ما يصل إلى 7 أضعاف عائدات سلة التسوق المهجورة لمتجر التجارة الإلكترونية الخاص بك.

حتى إذا كنت قد فعلت كل شيء بشكل صحيح ، فسيظل المتسوقون يغادرون دون شراء في بعض الأحيان. في الواقع ، يبلغ متوسط ​​سعر العربة المهجورة حوالي 70٪. بالطبع ، يجب أن تحاول منع حدوث ذلك من خلال توفير تجارب ممتازة قبل الشراء. لكن التخلي هو جزء لا مفر منه من إدارة أعمال التجارة الإلكترونية - ولهذا السبب يجب أن يكون لديك إستراتيجية تذكير عربة التسوق أيضًا.

لا مفاجآت هنا: يمكن لروبوتات الدردشة إرسال تذكيرات عربة التسوق أيضًا. في الواقع ، تكون هذه الرسائل عمومًا أكثر فاعلية من روبوت المحادثة مقارنة بالبريد الإلكتروني أو من مصادر أخرى. إنها أكثر فاعلية بما يصل إلى 7 أضعاف ، في تجربتنا. لماذا ا؟ أحد الأسباب الرئيسية هو أن Messenger يتمتع بمعدلات فتح تصل إلى 80٪ ونسبة نقر إلى ظهور تبلغ 35٪ في المتوسط. (للمقارنة ، تبلغ نسبة رسائل البريد الإلكتروني 20٪ و 2٪ على التوالي). فكر في الأمر: ليس من غير المألوف أن يكون لديك صندوق بريد إلكتروني يحتوي على آلاف الرسائل غير المقروءة. ولكن كم عدد الأشخاص الذين تركوا الرسائل النصية أو الفورية غير مقروءة لفترة طويلة؟ 90٪ من مستخدمي الهاتف المحمول يفتحون الرسائل النصية في غضون ثلاث دقائق من استلامها ، ولا تختلف إشعارات Messenger.

تعمل تذكيرات عربة Chatbot بشكل مشابه لأي نوع آخر من تذكيرات عربة التسوق. (من السهل إعدادها أيضًا.) يحتاج المستخدم فقط إلى الاشتراك ليتم الاتصال به على موقع الويب الخاص بك ، وسيؤدي التخلي عنهم إلى إصدار إشعار. يتمثل الاختلاف ببساطة في أنه عند إرسال الإشعارات عبر برنامج Messenger chatbot ، فمن المرجح أن يفتح المتسوقون وينقرون عليها! يحصلون على المنتج الذي يريدونه في النهاية ، وتحصل على المزيد من التحويلات.

# 5. يمكن أن يساعدك chatbot في بناء إستراتيجية تسويق متعددة القنوات.

حقيقتان أكثر أهمية بالنسبة لك:

وفقًا لدراسة أجرتها Google ، يتمتع المتسوقون عبر قنوات التسويق الشاملة بقيمة عمرية أعلى بنسبة 30٪ (LTV) من أولئك الذين يتسوقون عبر قناة واحدة فقط.

وفقًا لاستطلاع أجرته شركة Aspect Software ، تتمتع العلامات التجارية التي تتمتع بقنوات متعددة القنوات باحتفاظ أكبر بالعملاء بنسبة 90٪ عامًا تلو الآخر.

روبوت المحادثة هو أداة قوية - ولكن مثل أي برنامج آخر ، سيكون له التأثير الأكبر عند استخدامه مع الآخرين في ترسانتك.

يمكن لروبوتات Messenger جمع معلومات الاتصال (والموافقة) بسهولة من المستخدمين حتى تتمكن من التواصل معهم عبر القنوات الأخرى. معظم المستخدمين لديهم رقم هاتف و / أو بريد إلكتروني مرتبط بحسابهم على Facebook بالفعل. هذا يعني أن الأمر يتطلب نقرة واحدة فقط لمشاركة هذه المعلومات مع الروبوت الخاص بك. يمكن لروبوت الدردشة بعد ذلك تخزينه في علامة تبويب الأشخاص في Chatfuel لأغراض التسويق متعدد القنوات المستقبلية.

يمكنك معرفة كيفية عمل المكون الإضافي Save User Phone Number أدناه. يعمل المكون الإضافي Save User Email بنفس الطريقة. لاحظ أنه يمكنك أيضًا دمج Chatfuel مع خدمات الرسائل القصيرة مثل Twilio ، وحتى تمكين التحقق من رقم الهاتف في الروبوت للحصول على إمكانية تسليم أعلى.

# 6. يمكن لروبوت الدردشة إشراك العملاء المحتملين تلقائيًا على صفحتك على Facebook.

فكر في chatbot على Messenger مثل شبكة. يمكنه التقاط العملاء المحتملين الذين ربما يكونون قد فقدوا بطريقة أخرى ودفعهم نحو التحول. على سبيل المثال ، يمكن أن يظهر الروبوت على موقع الويب الخاص بك للإجابة على الأسئلة أو توجيه المستخدمين غير المعروفين إلى المنتج المناسب ، كما ناقشنا سابقًا. ويمكن أن يعمل نوعًا مشابهًا من السحر مع المستخدمين الذين يعلقون على منشورات صفحتك على Facebook.

باستخدام ميزة اكتساب المستخدمين من التعليقات في Chatfuel ، يمكنك ضبط الروبوت الخاص بك للرد تلقائيًا على المعلقين. يمكنك ضبط chatbot الخاص بك للرد على جميع التعليقات على منشور ، أو فقط تلك التي تحتوي على كلمة رئيسية. إنها طريقة رائعة للتأكد من عدم سقوط أي من العملاء المحتملين الذين يشاركون في مشاركاتك في الشقوق. مع وصول الروبوت الخاص بك إليهم بشكل فردي ، سيكون كل واحد منهم أكثر عرضة للتحويل. بالإضافة إلى ذلك ، سيوفر لك الوقت ، حيث لا يتعين عليك الرد على كل تعليق بنفسك. تشمل حالات الاستخدام الشائعة لهذه الميزة ما يلي:

# 7. يمكن لروبوت الدردشة إعادة جذب العملاء السابقين لاحقًا لتشجيعهم على تكرار الأعمال.

يحدث شيء سحري في المرة الأولى التي يستجيب فيها المستخدم لبرنامج chatbot: يصبح "قابلاً للوصول". هذا يعني أنه ضمن نافذة المراسلة القياسية على مدار 24 ساعة على Facebook ، يمكن لروبوتك الاتصال بهم بمحتوى ترويجي مخصص. لديك يوم كامل لبدء بناء علاقة مع المستخدم - لتشجيعه على التحويل ، وحتى البدء في تنمية ولاء طويل المدى.

إذا تباطأت المحادثة أو توقفت داخل تلك النافذة وتريد إعادة إشراك المستخدم ، يمكنك استخدام تسلسل chatbot. إنها في الأساس سلسلة من الرسائل المرسلة على فترات زمنية محددة بمرور الوقت ، مثل حملة البريد الإلكتروني بالتنقيط. إذا حصلت على فرصة للرد على أي من هؤلاء ، فيمكنك إعادة فتح نافذة الـ 24 ساعة مرة أخرى.

لكن بطبيعة الحال ، ستنتهي المحادثة في وقت ما ، وستغلق نافذة الاتصال. عندما يحدث ذلك ، يمكنك التواصل مع المستخدمين مرة أخرى مجانًا من خلال إشعار لمرة واحدة إذا وفقط إذا كانت الرسالة تناسب إحدى حالات الاستخدام المعتمدة من Facebook. خلاف ذلك ، استخدم رسالة دعائية. 💌 تظهر كرسائل عادية ، لكنك تدفع مقابل إرسالها خارج نافذة جهة الاتصال القياسية. الرسائل الدعائية هي نوع من إعلانات Facebook مفيدة لإخطار العملاء المحتملين أو العملاء السابقين بأشياء مثل:

خط انتاج جديد

بيع القادم

هبة أو مكافأة محدودة الوقت

إذا كانت رسالتك الدعائية جذابة بدرجة كافية ، فسيستجيب المستخدم ويعيد فتح نافذة الـ 24 ساعة. يمكن لبرنامج الروبوت الخاص بك بعد ذلك توجيه المستخدم نحو الشراء ، مما يوفر لك عائدًا صحيًا على الإنفاق الإعلاني.

# 8. يمكن أن يعزز برنامج الدردشة الآلي الاحتفاظ والولاء من خلال تجارب ما بعد الشراء.

ربما تكون قد ربحت هذا التحويل أخيرًا ، لكن رحلة العميل لم تنته بعد! تعد تجربة ما بعد الشراء المفيدة والتي لا تُنسى من بائع عبر الإنترنت أمرًا بالغ الأهمية. يمكن أن يساعد في تعزيز الاحتفاظ وسمعة العلامة التجارية والقيمة الدائمة (LTV). وبالطبع ، يمكن أن يساعد برنامج الدردشة الآلي في توفير هذا النوع من الخبرة.

من أهم تجارب ما بعد الشراء تحديثات الشحن. قم بدمج chatbot الخاص بك مع Shopify (أو منصة أخرى للتجارة الإلكترونية) بحيث يمكن للمستخدمين الاشتراك لتلقي هذه الإشعارات على Facebook Messenger. استقبالهم هناك بدلاً من البريد الإلكتروني أمر فريد. سيساعدك ذلك على التميز في أذهان العميل عندما يذهب للتسوق للحصول على منتج مشابه في المستقبل. بالإضافة إلى ذلك ، نظرًا لارتفاع معدلات الفتح ، من المرجح أن يشاهد المستخدمون هذه الرسائل بل ويتفاعلون معها. (لا ينبغي أن يكون هذا هو هدفك. ولكن اعلم أن العملاء قد يستجيبون لتحديثات الشحن على Messenger ، مع إعادة فتح نافذة الاتصال التي تعمل على مدار 24 ساعة.)

يمكنك استخدام الروبوت الخاص بك لإرسال أنواع أخرى من المحتوى في غضون 24 ساعة بعد أن يشتري العميل أيضًا. على سبيل المثال:

إذا كان المنتج الذي اشتروه يتطلب إعدادًا أو تعليمات ، فيمكنك إرسال دليل أو مقطع فيديو مفيد.

إذا كان هناك منتج تكميلي قد يجدون أنه مفيد ، فقد يقوم الروبوت الخاص بك ببيعه تلقائيًا. يمكن أن يتضمن chatbot الخاص بك رمز قسيمة لعملية الشراء التالية.

إذا كنت ترغب في قياس رضا العملاء عن تجربة التسوق ، فيمكنك طلب تقييم أو إرسال أسئلة استطلاع عبر الروبوت.

# 9. من السهل إنشاء روبوت محادثة التجارة الإلكترونية باستخدام قوالبنا المجانية.

تذكر ما قلناه في البداية: لست بحاجة إلى أن تكون مطورًا أو لديك خبرة سابقة لإنشاء روبوت محادثة لشركة التجارة الإلكترونية الخاصة بك. Chatfuel عبارة عن نظام أساسي بدون رمز يجعل من السهل تصميم تدفق chatbot لتحقيق أهداف التجارة الإلكترونية الثمانية المذكورة أعلاه. ✅

نقدم أيضًا قوالب chatbot جاهزة لمساعدتك على البدء. للوصول إلى قوالبنا المجانية لإنشاء Woocommerce أو BigCommerce أو Magento أو Volusion أو Shopify روبوت محادثة التجارة الإلكترونية ، ما عليك سوى تسجيل الدخول إلى لوحة معلومات Chatfuel واختيار واحد. ستتمكن من معاينته أو تحميله في مساحة العمل الخاصة بك والبدء في تخصيصه على الفور.

دليل البدء السريع لبناء روبوت محادثة للتجارة الإلكترونية

هل أنت مستعد لإنشاء روبوت محادثة لمتجر التجارة الإلكترونية الخاص بك؟ إليك ما يجب فعله:

قم بالتسجيل للحصول على حساب Chatfuel. (وعندما تكون مستعدًا للترقية إلى Pro لتوسيع قاعدة المستخدمين لديك والوصول إلى امتيازات إضافية ، تحقق مما إذا كنت مؤهلاً لبرنامج مساعدة الشركات الصغيرة والمتوسطة لدينا! قد تكون مؤهلاً لمزيد من مستخدمي الروبوت بنسبة 20٪ مجانًا.)

للحصول على نظرة عميقة على الروبوتات Building 101 ، خذ دورتنا التدريبية المجانية عبر الإنترنت. للحصول على ملخص سريع للغاية ، شاهد مقطع الفيديو هذا الذي يستغرق دقيقتين.

ربط صفحتك على Facebook بـ Chatfuel.

قم بتحميل أحد قوالب التجارة الإلكترونية المصممة مسبقًا والتي ذكرناها أعلاه. تخصيص المعلومات لعملك ، والاختبار ، والبدء!

لمزيد من الموارد ، تحقق من مدونتنا ووثائق المساعدة الخاصة بنا وقناتنا على YouTube. تواصل للحصول على الدعم في أي وقت على team@chatfuel.com. أخيرًا ، انضم إلى مجتمع Facebook الخاص بنا للحصول على المشورة من بناة الروبوتات حول العالم.

مع أطيب التحيات لتوفير الوقت وزيادة الإيرادات لعلامتك التجارية الإلكترونية من خلال برنامج Messenger chatbot! 🥂