Chatbots as Marketing Communication Tool

Ideas principales

El artículo escrito por Cristian-Aurelian Popescu, aborda el incremento en el desarrollo y uso de chatbots dentro de organizaciones rumanas en los últimos años, dicha implementación ha facilitado la comunicación entre estas organizaciones y sus clientes. Además, explica los beneficios, así como las desventajas de usar chatbots en su comunicación. La innovación y la necesidad de usar chatbots en el área de marketing ha crecido tanto en los últimos años que plataformas actuales se han beneficiado del uso de chatbots, por lo que ya no es necesario saber programación para poder crearlos.

Ventajas

Compañías. - reduce costos, salva costos a futuro en corto plazo, mejora la interacción con el cliente, crece como marca ante los competidores, alcanza fácilmente nuevos clientes, etc.

Clientes. - servicio 24 / 7, respuestas instantáneas y concisas, fácil manejo para automatizar tareas, multitask, fácil y amigable, etc.

Desventajas

Compañías. – previene comunicación directa con el cliente, ofrece algunas respuestas innecesarias, da malas recomendaciones, pérdida de tiempo.

Clientes. – No entiende sus necesidades al 100%, no es capaz de diferenciar titubeos o dudas del cliente lo que provoca proporcionar malas instrucciones, además de no entender diferentes acentos en el lenguaje.

El articulo ejemplifica diferentes chatbots tales como MOOCBuddy, Restart Energy, RATT, Djingo, IRina, entre otros, demostrando que en un tiempo corto, a no más de 5 años, las empresas han crecido su cartera de clientes usando IA, asegurando además, que el crecimiento exponencial podrá tener una brecha corta entre el producto de la compañía y las necesidades del cliente.

Reflexiones

¿La IA decide lo que compramos o no?

El artículo científico explica que el usuario descarga la aplicación que más le agrade, dependiendo de sus necesidades en ese momento. La IA implementada en esa aplicación le da un catálogo de opciones para que el usuario pueda decidir como consumidor, nunca obliga al cliente o decide lo que debe comprar, muestra recomendaciones que se realizan acorde a su perfil solamente.

¿La IA quita del panorama laboral a los vendedores?

La IA debe ser usada como una herramienta que nosotros, como humanos, podemos usar para facilitar nuestro trabajo diario, nunca para quitarnos el puesto laboral. La palabra del vendedor y el poder de convencimiento nunca va a ser más fuerte que la IA. Las aplicaciones presentadas en el artículo científico solamente facilitan el acceso a los productos que el vendedor otorga.

¿Qué tanto afecta que el comprador no tenga contacto con el vendedor?

Claro que afecta, ya que las necesidades del consumidor son volátiles, esto puede ser identificado y atacado cuando se está presentando el producto al cliente en persona. Como se dijo antes, la IA solamente es una herramienta que reduce la brecha entre consumidor-producto-vendedor.

¿Por qué la IA con marketing está creciendo tanto?

En este punto específico, el artículo científico solamente habla de Rumania, pero si nos enfocamos en un aspecto más global, podemos fácilmente identificar que muchos usuarios prefieren usar una aplicación en su móvil o su computadora para realizar una compra, que ir directamente al lugar donde lo venden para adquirirlo. Esto ha abierto un mercado que hace 20 años posiblemente no existía, lo que implicó que el desarrollo de la IA y Marketing fueran creciendo de la mano para abastecer todas las necesidades del ahora nuevo consumidor.

Conclusiones

***Chatbots as Marketing Communication Tool***nos explica el crecimiento de aplicaciones en empresas privadas y públicas para ofertar sus productos a nuevos consumidores. Incluso cuando la comunicación tradicional aun exista (y no dejará de existir hasta ahora), la tecnología con Chatbots continúa mejorando y las empresas siguen invirtiendo en su desarrollo.

Por otro lado, los Chatbots tienden a reemplazar actividades repetitivas que los vendedores podrían hacer continuamente, beneficiando el manejo de tiempo y la salud tanto física como mental de las personas.

Los Chatbots tienen el potencial de mejorar la experiencia online de las personas, sin importar su edad, además de analizar y tomar decisiones por propia cuenta. Sin duda, Chatbots pueden ser una parte esencial en nuestras vidas a futuro próximo.

Bibliografía

Cristian-Aurelian Popescu (2020). ***Chatbots as Marketing Communication Tool.*** FAIMA Business & Management Journal & University Politehnicia of Bucharest. Volume 8, Issue 3.