

پاییز ۱۳۹۹

# کاربردها و مزایای استفاده از چت‌بات‌های هوشمند در کسب‌وکارها

عامر اندیش هوشمند  
AMER ANDISH HOOSHMAND



## معرفی شرکت

شرکت دانش بنیان عامر اندیش هوشمند، در سال ۱۳۹۶ تاسیس شده و تمرکز اصلی خود را بر روی تولید سامانه‌های مبتنی بر هوش مصنوعی قرار داده است. شاکله اصلی این شرکت را یک تیم متخصص و با تجربه تشکیل داده است. محصولات اصلی شرکت شامل فارس آوا (پردازش گفتار)، باتاوا (چت‌بات)، هوشتل (اپراتور هوشمند تلفنی) و بینایار (پردازش تصویر و چهره) است که تمامی آن‌ها با آخرین تکنولوژی‌های روز دنیا و مبتنی بر یادگیری عمیق تولید شده‌اند.

## معرفی باتاوا

دستیار هوشمند سازمانی باتاوا، یک چت‌بات هوشمند است که با استفاده از آخرین روش‌های هوش مصنوعی و یادگیری ماشین در زبان فارسی، به راحتی برای کاربردهای مختلف در سازمان‌ها قابل شخصی سازی است. باتاوا به سازمان‌ها کمک می‌کند تا برای ارتباط ۲۴ ساعته و کم هزینه با مشتریان و یا مراجعه کنندگانشان، دیگر نیازی به پاسخگوهای انسانی نداشته باشند و بتوانند با استفاده از داده‌های اطلاعاتی که از قبل آموخته اند پاسخی متناسب به مشتریان ارائه دهند.

## فهرست مطالب

۳	ظهور چت‌بات‌ها
۵	کانال‌های ارتباطی کسب‌وکارها با مشتریان
۷	پیش‌بینی کاربردهای چت‌بات‌های هوشمند و مزایای بالقوه آن
۸	مزایای بالقوه
۱۰	موانع استفاده از چت‌بات‌ها
۱۵	نتیجه‌گیری و نکات کلیدی

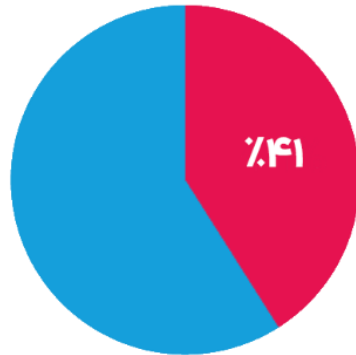
## ظهور چت‌بات‌ها

روش برقراری ارتباط مردم با کسب‌وکارها به سرعت در حال تغییر است. در گذشته، ابزار غالب برای برقراری ارتباط بین کسب‌وکارها و مشتریانشان، ملاقات‌های فردی و تماس‌های تلفنی بود. اما با ظهور اینترنت، گزینه‌های دیگری مانند ایمیل، فرم‌های وبسایت، صفحات کسب و کارها در شبکه‌های اجتماعی، اپلیکیشن‌های موبایل و ... نیز به این روش‌های تعامل اضافه شده‌اند.

با پیشرفت‌های اخیر به خصوص در حوزه پیام‌رسان‌ها و عادت کردن کاربران به سریع جواب گرفتن، توقع آن‌ها در پاسخ‌گویی و پشتیبانی و ارتباطشان با یک کسب‌وکار، تغییر پیدا کرده است.

برای مثال، در گزارش وضعیت بازاریابی محاوره ای<sup>1</sup> Drift آمده است که مردم ۱۹۵ کشور برای شروع گفتگو خود با یک برند، از چت آنلاین استفاده می‌کنند. لازم به ذکر است که این افراد شامل کسانی هستند که در شرکت‌هایی با هر اندازه، بخش و حوزه‌ای مشغول به کار هستند و همچنین می‌تواند شامل تصمیم‌گیرندگان کلیدی کسب‌وکارها

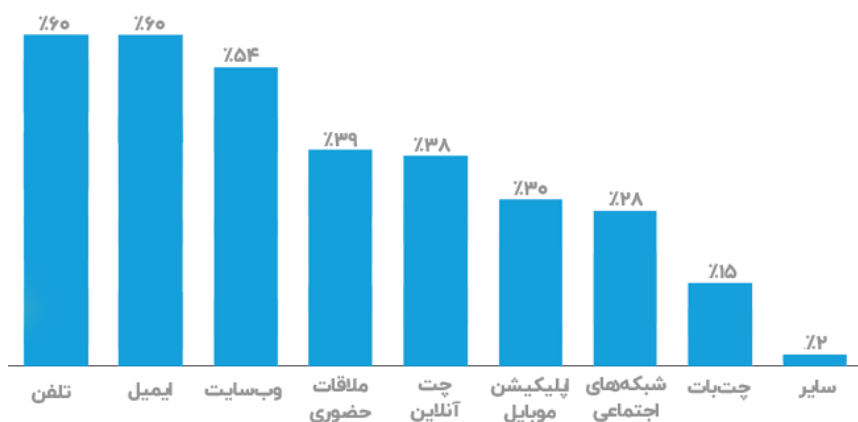
باشد. (در این گزارش آمده است که ۴۱٪ از افرادی که از این طریق با کسب‌وکارها ارتباط می‌گیرند، مدیران اجرایی هستند.)



آنچه بین همه این کانال‌های ارتباطی از جمله چت آنلاین مشترک است، آن است که کسب‌وکارها از گذشته تا به حال، برای برقراری ارتباط با مشتریانشان بر روش‌های تعاملی با انسان‌ها متکی بوده‌اند.

اما امروزه، چت‌بات‌ها پا به عرصه گذاشته‌اند و فضای پویاتر و جدیدتری را به وجود آورده‌اند. نسل جدید چت‌بات‌ها از هوش مصنوعی برای ایجاد تعاملات انسانی استفاده می‌کنند. چت‌بات‌های هوشمند از

<sup>1</sup> شرکت Drift یکی از مطرح‌ترین شرکت‌های فعال در حوزه تولید چت‌بات است که در سال ۲۰۱۵ تاسیس شده و با حدود ۳۵۰ پرسنل در حال ارائه خدمات چت‌بات به حدود ۵۰ هزار مشتری در حوزه‌های مختلف می‌باشد.



در این گزارش، نشان داده شده که ۱۵٪ از مشتریان در گذشته برای ایجاد ارتباط با کسب‌وکارها از چت‌بات استفاده کرده‌اند. در حالی که چهار برابر این میزان برای برقراری ارتباط با کسب و کار در دوره زمانی مشابه، از تلفن و ایمیل استفاده می‌کردند و هنوز در این زمان نیز این عدد قابل توجه و مهم است. علاوه بر آن انتظار می‌رود که استفاده از چت‌بات‌ها رشد بیشتری نیز داشته باشد و در ادامه متوجه دلایل این رشد خواهید شد!

### مشکلات مربوط به تجارب استفاده از ابزارهای آنلاین در گذشته

درست مانند هر تکنولوژی نوپهوری، چت‌بات‌های هوشمند نیز تنها در صورتی با مقبولیت توسط کاربران مواجه می‌شوند که بتوانند کاربردی بودن خود را نشان دهند.

یادگیری ماشین و پردازش زبان طبیعی (NLP) برای فهم صحبت‌های کاربران و ایجاد تعامل با آن‌ها استفاده می‌کنند.

### چت‌بات چیست؟

یک نرم‌افزار است که می‌تواند مانند یک انسان با کاربران مکالمه کند و تعامل داشته باشد.

با یادگیری ماشین، یک چت‌بات می‌تواند به صورت خودکار و از طریق کسب تجربه، خود را بهبود بدهد و پردازش زبان طبیعی نیز به درک زبان و متن تولید شده کاربر توسط چت‌بات هوشمند، کمک می‌کند. در حالی که چت‌بات‌ها چندین سالی می‌شود که وارد بازار شده‌اند، اما به کار گرفتن چت‌بات‌های هوشمند برای ایجاد تعامل و ارتباط با مشتریان در کسب‌وکارها در چند سال گذشته رواج پیدا کرده است.

### کانال‌های ارتباطی کسب‌وکارها با مشتریان

در گذشته، مردم از چه طریقی با کسب و کارها ارتباط برقرار می‌کردند؟ آخرین گزارشی که در سال ۲۰۱۸ منتشر شده، نشان می‌دهد که میزان تعامل کاربران با یک کسب‌وکار از طریق کانال‌های ارتباطی مختلف به شکل زیر بوده است:

(۳۴٪) یا قادر نبودند که به سوالات ساده کاربران پاسخ دهند (۳۱٪) و یا جزییات پایه در مورد کسب و کار مانند آدرس، ساعت کار و شماره تلفن در آن‌ها به سختی پیدا می‌شد (۲۸٪).

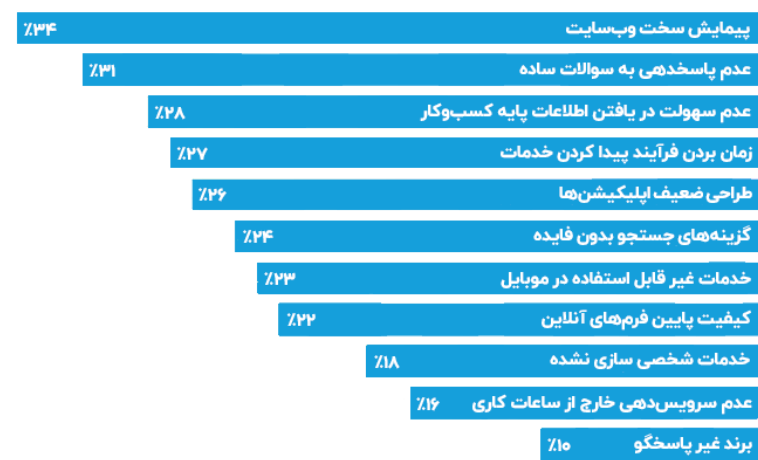
از این گزارش می‌توان نتیجه گرفت که کانال‌های آنلاین قدیمی که کسب‌وکارها قبلاً از آن استفاده می‌کردند، دیگر با ترجیحات کاربران برای انجام خرید تطابق ندارد.

جهانی که در آن زندگی می‌کنیم، جایی است که در آن با هر چیزی تنها یک کلیک فاصله داریم و در چنین دنیایی مشتریان انتظار دارند که بتوانند در لحظه اطلاعات مورد نیازشان را به سادگی پیدا کنند. این مسئله دقیقاً جایی است که نیاز به چت‌بات‌های هوشمند حس می‌شود. در مقابل زمانی که نتوانند به راحتی به این هدف برسند، ناامید شده و در نهایت به سراغ رقبایی خواهند رفت که تجربه‌ای که به دنبال آن هستند را فراهم می‌کنند.

لذا به منظور درک بهتر اینکه چه فرصت‌هایی در بازار برای چت‌بات‌ها وجود دارد، از ۱۰۰۰ شرکت‌کننده خواسته شده که در مورد خدمات آنلاین مورد استفاده خود، مانند موتورهای جستجو، وب سایت‌های سرویس یا محصول، اپلیکیشن‌های موبایل و... فکر کنند و سپس از آن‌ها پرسیده شده که:

در گذشته چه تجربه ناخوشایندی در استفاده از خدمات آنلاین داشتید؟

**نتیجه این پرسش‌نامه به شرح زیر است:**



متداول ترین تجربه ناخوشایند گزارش شده توسط مشتریان مربوط به وبسایت‌هایی بوده که به سختی می‌شد از آن‌ها استفاده کرد

همان‌طور که مشاهده می‌کنید، متداول‌ترین کاربردی که برای چت‌بات‌های هوشمند پیش‌بینی شده، ایجاد قابلیت پاسخ‌دهی سریعتر به سوالات اضطراری (۳۷٪)، حل شکایت یا مشکلات کاربران (۳۵٪) و در نهایت دریافت دلایل و یا توضیحاتی با جزئیات پیرامون یک مسئله (۳۵٪) است.

شایان ذکر است که ۳۴٪ از کاربران پیش‌بینی کردند که از چت‌بات‌های هوشمند می‌توان به عنوان ابزاری برای ایجاد تعامل با انسان‌ها استفاده کرد.

**نکته مهمی** که در رابطه با این گزارش وجود دارد آن است که کاربران از چت‌بات‌ها برای کسب اطلاعات سطحی و تکراری استفاده خواهند کرد تا به سرعت و سهولت به پاسخ مورد نظرشان برسند و در صورتی که یک چت‌بات همه پاسخ‌ها را نداشته باشد، در این زمان کاربر تمایل دارد که چت‌بات بتواند آن‌ها را به عامل انسانی وصل کند.

## پیش‌بینی کاربردهای چت‌بات‌های هوشمند و

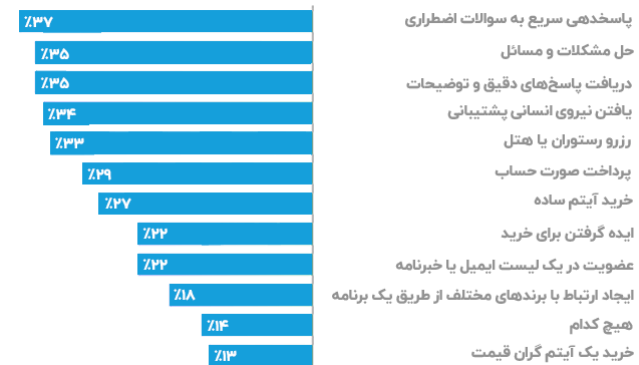
### مزایای بالقوه آن

حالا که مشکلات اصلی که کاربران از سرویس‌های آنلاین گذشته را درک کردیم، به این مسئله می‌پردازیم که آیا چت‌بات‌های هوشمند واقعا راه حل مشکلات ما هستند؟

### کاربردهای احتمالی

حالا بیایید به این مسئله بپردازیم که چت‌بات‌های هوشمند چه کاربردهای احتمالی می‌توانند برای کسب‌وکارهای مختلف داشته باشند. جدول زیر بخشی از گزارشی است که این مسئله را مورد بررسی قرار داده است.

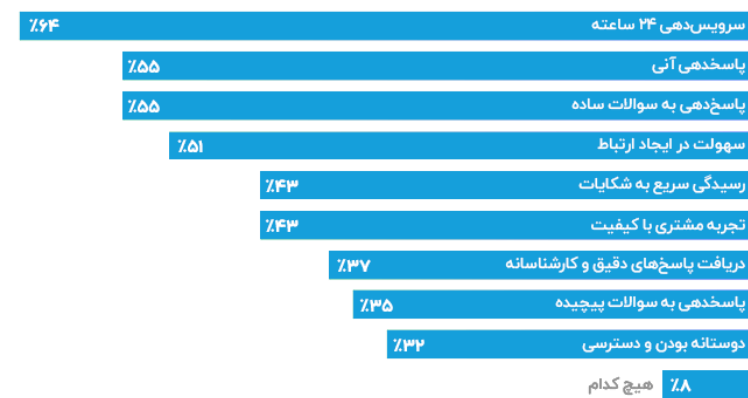
### پیش‌بینی کاربردهای چت‌بات‌های هوشمند



## مزایای بالقوه

فراتر از اینکه که کاربران فکر می‌کنند که چت‌بات‌های هوشمند چه کاربردهایی می‌توانند برای آن‌ها داشته باشد، در مطالعه‌ای از کاربران در مورد مزایای به خصوصی که چت‌بات‌ها به همراه خواهند داشت، سوال شد.

اگر خدماتی که به صورت آنلاین دریافت می‌کنید دارای چت‌بات هوشمند باشند (و کارکرد موثری نیز داشته باشند)، چه مزایایی را از آن‌ها انتظار خواهید داشت؟



در این مطالعه متداول‌ترین مزیت بالقوه‌ای که کاربران برای چت‌بات‌ها برشمردند، توانایی سرپس‌دهی به صورت ۲۴ ساعته و شبانه روزی بود (یعنی ۶۴٪ از کاربران). بعد از آن نیز قابلیت دریافت پاسخ

سوالات در لحظه دومین مزیت مورد علاقه کاربران بود (۵۵٪)، و در آخر پاسخ دادن سریع به سوالات ساده سومین جایگاه را از آن خود کرد (۵۵٪).

نکته: آنچه که در این مطالعه به خوبی نشان داده می‌شود آن است که کاربران به وضوح چت‌بات‌ها را به عنوان راهی برای دریافت خدمات در لحظه و دقیقاً در هنگام نیاز می‌بینند که همواره به آن نیاز داشتند.

آنچه که گفته شد به این معنی نیست که چت‌بات‌ها قرار است جایگزین نیروی‌های انسانی شوند. بلکه هنوز هم زمانی که نیاز به پاسخ‌دهی به سوالات پیچیده می‌رسد، نیاز به کارشناسان انسانی و با تجربه داریم و چت‌بات‌ها به هیچ عنوان در این سطح قابل مقایسه نیستند. این موارد همان حوزه‌هایی هستند که از چت‌بات‌ها استفاده می‌شود تا زمان بیشتری برای نیروهای انسانی در رسیدگی به وظایف و کارهای پیچیده ایجاد کند.

## مزایای بالقوه: نسل قدیم در برابر نسل جدید

مسئله‌ی جالبی که در مورد چت‌بات‌ها وجود دارد و در مطالعات نشان داده شده است، آن است که کاربران با گروه سنی‌های مختلف تقریباً انتظارات مشابهی از چت‌بات‌ها دارند. به خصوص دیده شده است که

تکنولوژی است که صرف نظر از سن، پتانسیلی برای بهبود تجربه‌های آنلاین برای همه کاربران دارد.

### موانع استفاده گسترده از چت‌بات‌های هوشمند

با توجه به کاربردها و مزایای بسیاری که کاربران برای چت‌بات‌های هوشمند پیش‌بینی کردند، هنوز هم پذیرش و استفاده گسترده از چت‌بات‌ها حاصل نشده است.

البته این مسئله در مورد تکنولوژی‌های نوظهور و جدید قابل درک است و باید درک کرد که ممکن است استفاده از این تکنولوژی‌های جدید در افراد نگرانی‌هایی را ایجاد کند.

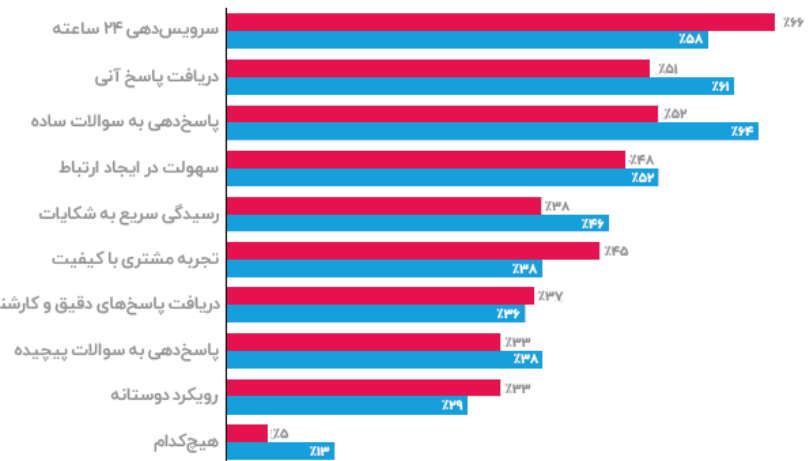
لذا، در مطالعات دیگری این مسئله مورد بررسی قرار داده شد و از کاربران پرسیده شد که **چه چیزی مانع استفاده شما از چت‌بات‌های هوشمند می‌شود؟**

فقط جوانان نیستند که کاربردها و نیاز به چت‌بات‌ها را متوجه شده‌اند.

### مزایای بالقوه چت‌بات‌ها

نظرات افراد نسل قدیمی‌تر در برابر نسل جدید

(آبی نسل قدیمی سن ۵۵ به بالا و قرمز نسل جوان بین ۱۸ تا ۳۴ سال)



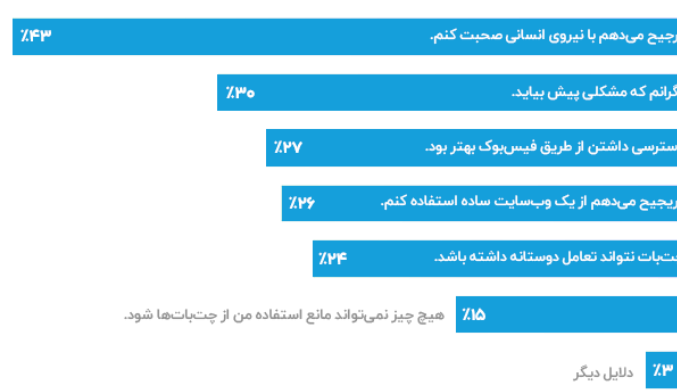
زمانی که پاسخ‌های نسل جدید (افراد بین سن ۱۸ تا ۳۴) با گروه سنی دیگر (۵۵ سن به بالا) مقایسه شد، دریافتیم که گروه مسن‌تر، ۲۴٪ بیشتر وجود چت‌بات‌های هوشمند را سودمند دیده‌اند.

با توجه به نتیجه نظرسنجی و مطالعات انجام شده چت‌بات‌های هوشمند فقط برای نسل جدید کاربردی نیست. چت‌بات هوشمند یک



## موانع استفاده از چتبات‌ها

چه چیزی مانع استفاده شما از چتبات‌ها می‌شود؟



بر اساس این نظرسنجی بزرگ‌ترین مانع استفاده از چتبات‌های هوشمند توسط کاربران ترجیح آن‌ها در صحبت با عامل انسانی است (%۴۳ از کاربران). در مراتب بعدی نیز نگرانی‌هایی در مورد بروز خطا توسط چتبات‌های هوشمند در طول فرآیند یک خرید یا رزرو (%۳۰) و در رتبه سوم نیز محدودیت استفاده از چتبات‌های هوشمند تنها در شبکه اجتماعی فیس‌بوک (%۲۷) بوده است.

با این حال شایان ذکر است که ۱۵٪ از کاربران اقرار کرده‌اند که هیچ مانعی خاصی بازدارنده آن‌ها در استفاده از چتبات‌ها نمی‌باشد و این آمار نیز در همه گروه‌های سنی دیده شده است.

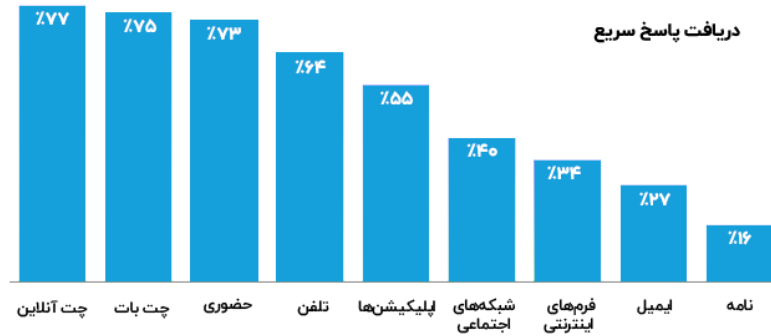
**نکته:** همه کاربران آماده قطع کامل ارتباط خود با عامل انسانی نیستند، در این میان برخی نیز مطمئن نیستند که آیا می‌توانند برای اجرای دستورهای خاص بدون اشتباه به تکنولوژی چتبات‌های هوشمند اعتماد کنند یا نه.

همچنین، اگر استفاده کاربران از چتبات تنها محدود به پلتفرم خاصی شود، این مسئله می‌تواند تبدیل به مانع بزرگی برای کاربران شود.

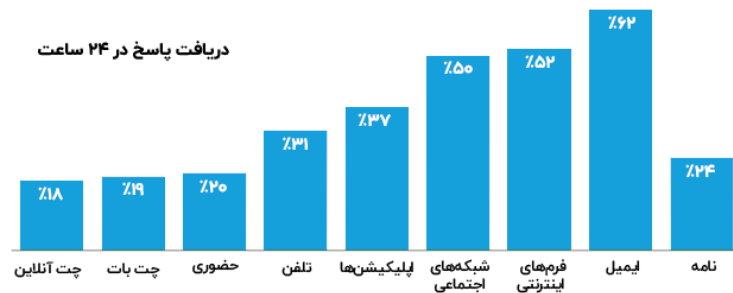
مسئله اینجا است که به عنوان یک کسب و کار نیازی به انتخاب یک مورد از بین نیروی انسانی و چتبات ندارید.

می‌توانید در هر جایی که نیاز می‌بینید چتبات‌های هوشمند را به کار بگیرید (برای مثال پاسخ دادن به سوالات ساده کاربران) و در زمان مورد نیاز نیز می‌توانید عوامل انسانی را به کار بگیرید.

مسئله دیگری که وجود دارد آن است که با وجود چتبات‌های هوشمند دیگر نیازی نیست که محدود به یک شبکه اجتماعی یا پلتفرم خاصی شوید. نسل جدید چتبات‌های هوشمند می‌توانند به راحتی با وبسایت کسب‌وکارها و یا هر بستر قابل چت دیگری ادغام شوند و در دسترس کاربر قرار بگیرد.



سوال دیگر آن بود که در هر کانال ارتباطی انتظار دارید تا چه مدت به سوال شما پاسخ داده شود؟



در کدام کانال ارتباطی انتظار دارید که بعد از ۲۴ ساعت پیام دریافت کنید؟

### چت‌بات‌های هوشمند در برابر دیگر کانال‌های ارتباطی

در حالی که بیشتر کاربران آمادگی اعتماد کامل به چت‌بات‌های هوشمند را ندارند، بازهم تایید کرده‌اند که چت‌بات‌های هوشمند کاربرد و مزیت‌های بسیاری را به همراه دارند که تجربه کاربران در فضای آنلاین را ارتقا می‌دهد. روشن است که یکی از مزیت‌های بزرگ چت‌بات‌ها سرعت آن‌ها است. کاربران باور دارند که چت‌بات‌های هوشمند می‌توانند به سرعت به سوالات آن‌ها پاسخ دهند.

در سمت دیگر، کسب‌وکارها باید به سرعت درخواست‌های مشتریان و کاربران را پاسخ دهند. پژوهش‌های انجام شده در [InsideSales.com](#)<sup>2</sup> و [Harvard Business Review](#)<sup>3</sup> نشان داده شده که هر پنج دقیقه انتظار کشیدن مشتری برای دریافت پاسخ، شانس ارتباط گرفتن با یک سرخ (lead) را در آینده تا ۱۰ برابر کاهش می‌دهد. پس از گذشت ۱۰ دقیقه نیز تا ۴۰۰٪ امکان کاهش فرصت ارتباط گرفتن با سرخ وجود دارد.

لذا نظرسنجی دیگری با این هدف بر روی کاربران انجام شده و در این نظرسنجی از آن‌ها پرسیده شده که در کدام یک از کانال‌های آنلاین انتظار دارید که زودتر پاسخ بگیرید؟

<sup>3</sup> مجله مدیریتی است که توسط انتشارات هاروارد بیزینس، که کاملاً متعلق به دانشگاه هاروارد است، منتشر می‌شود.

<sup>2</sup> شرکتی که سابقاً نرم افزار فروش مبتنی بر هوش مصنوعی به تیم‌های فروش استراتژیک ارائه می‌داد.

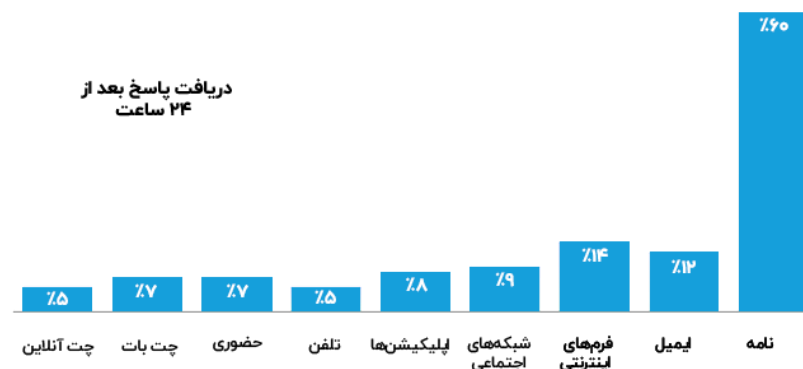
این دو کانال ارتباطی این است که چت‌بات‌های هوشمند می‌توانند به سرعت و در کسری از ثانیه به سوالات کاربران پاسخ دهند.

به عنوان یک کسب‌وکار با تلفیق چت آنلاین و چت‌بات‌های هوشمند، می‌توانید انتظارات کاربر را در لحظه برآورده سازید و تجربه کاربری فوق‌العاده‌ای را برای کاربران و مشتریانان ایجاد کنید.

در زمان حضور نیروی انسانی می‌توان چت با کاربران را به آن‌ها سپرد و در مواقعی که حجم چت‌ها بسیار زیاد بوده و سوالات تکراری بسیاری پرسیده می‌شود و هیچ نیروی انسانی برای پاسخ‌دهی به کاربران در لحظه وجود ندارد، چت‌بات‌های هوشمند بهترین گزینه برای پشتیبانی از مشتریان در کسب‌وکارها خواهند بود.

با در نظر گرفتن زمان پاسخ‌دهی، بیایید نگاهی بیندازیم به این که چت‌بات‌ها در مقابل کانال‌های ارتباط سنتی به خصوص در مقایسه با اپلیکیشن‌ها، ایمیل و تماس تلفنی از نظر مزایای مشاهده شده چگونه عمل می‌کنند.

به دنبال این هدف، در یک مطالعه و نظرسنجی از کاربران پرسیده شده که کدام یک از این کانال‌ها برای برقراری ارتباط با سازمان‌ها و کسب‌وکارها مناسب هستند؟

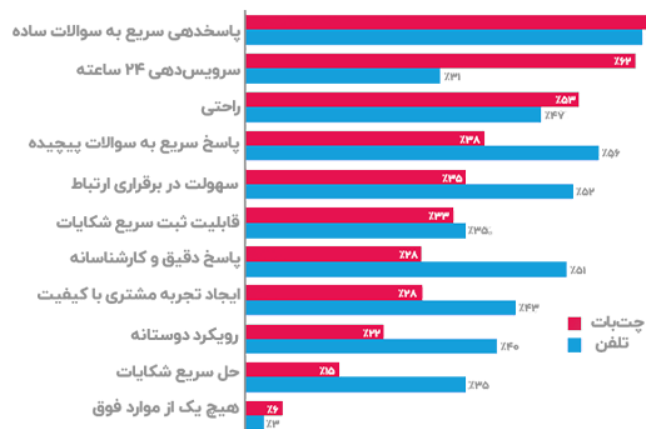


با توجه به نتایج، مشتریان انتظار دارند که از چت آنلاین نسبت به هر کانال دیگری زودتر جواب بگیرند (۷۷٪)، اما در واقعیت چت‌بات‌های هوشمند می‌توانند در چند ثانیه به سوالات پاسخ دهند (۷۵٪)، و بعد از این دو مورد نیز ملاقات‌های فردی نیز جزء ترجیحات کاربران است (۷۳٪).

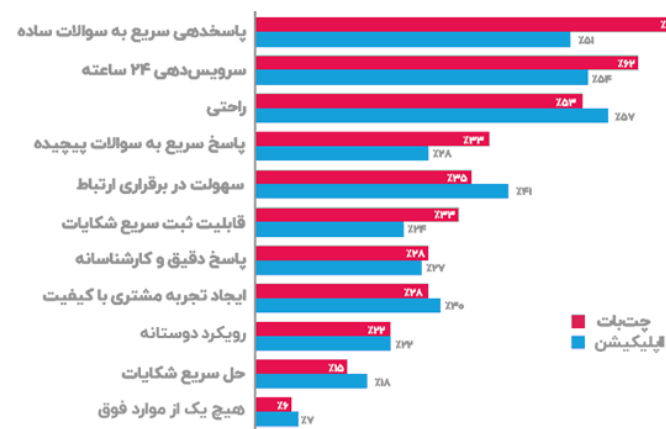
در عین حال کانال‌های ارتباطی مانند ایمیل (۶۲٪)، فرم‌های وب (۵۲٪) و رسانه اجتماعی (۵۰٪) جزء کانال‌هایی هستند که کاربران انتظار دارند تا بعد از ۲۴ ساعت نیز پاسخ بگیرند.

**نکته مهم:** با بررسی‌های به عمل آمده مشخص شد که چت آنلاین کانالی است که کاربران در آن انتظار پاسخ سریع را دارند. از طرفی این انتظار برای چت‌بات‌های هوشمند نیز وجود دارد. اما تفاوت مهم

## چت‌بات‌های هوشمند در برابر تلفن



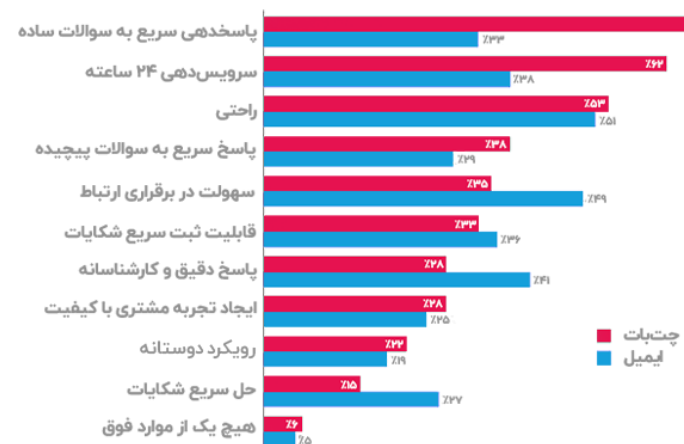
## چت‌بات‌های هوشمند در برابر اپلیکیشن‌ها



**نکته مهم:** چت‌بات‌های هوشمند را می‌توان به نوعی اپلیکیشنی جدید به حساب آورد، اما زمانی که پای برقراری ارتباط با کسب و کارها در میان است، هنوز هم هیچ کانال دیگری نمی‌تواند جای تلفن و ایمیل را بگیرد.

کاربران در پنج گروه از ده گروه مزایایی که قبل‌تر بررسی شدند، چت‌بات‌ها را به اپلیکیشن ترجیح می‌دهند و این موارد تنها شامل سرویس‌های پاسخ سریع و در دسترس ۲۴ ساعته نیستند، بلکه شامل پاسخدهی سریع به سوالات پیچیده و کارشناسانه نیز می‌شود.

## چت‌بات‌های هوشمند در برابر ایمیل



## نتیجه‌گیری و نکات کلیدی

همان‌طور که گفته شد، کاربران انتظار دارند که اطلاعات مورد نیازشان را با سرعت و به راحتی دریافت کنند. زمانی هم که یک کسب‌وکار چنین تجربه‌ای را برای کاربران فراهم نکند، آن‌ها ناامید شده و به سراغ رقبای دیگری که نیازهایشان را فراهم می‌کنند خواهند رفت.

چت‌بات‌ها قرار است که این ناامیدی کاربران را برطرف کنند و به کاربر در لحظه و بر اساس نیازهایش پاسخ‌دهی کنند.

سه مزیت بالقوه اصلی چت‌بات‌های هوشمند که کاربران در نظرسنجی‌ها برگزیده بودند عبارتند از:

- سرویس‌دهی ۲۴ ساعته (۶۴٪)
- پاسخ‌دهی آنی (۵۵٪)
- پاسخ به سوالات ساده (۵۵٪)

این سه مورد در همه گروه‌های سنی صدق می‌کند و تنها نسل جوان نیستند که مزایای بالقوه چت‌بات‌ها را متوجه می‌شوند.

به هر حال، چت‌بات‌های هوشمند نیز مانند همه تکنولوژی‌های نوظهور دیگر محدودیت‌ها و موانع مختلفی را تجربه خواهند کرد و باید خاطر نشان کرد که در نظرسنجی‌ها ۴۳٪ از کاربران گفتند که ترجیح می‌دهند با یک عامل انسانی صحبت کنند.

در مقایسه با ایمیل نیز کاربران بار دیگر، در حوزه‌هایی که مربوط به سریع پاسخ گرفتن و سرویس‌دهی ۲۴ ساعته است، چت‌بات‌های هوشمند را ترجیح دادند.

اما با مقایسه چت‌بات و تلفن درمی‌یابیم که کاربران استفاده از تلفن را زمانی که نیازمند دریافت پاسخ برای سوال‌های پیچیده‌شان هستند ترجیح می‌دهند. ایمیل و تلفن کانال‌های ارتباطی هستند که زمانی که پای سهولت در تعامل، ثبت شکایات و حل به موقع آن‌ها در میان باشد، گزینه مناسب‌تری هستند.

یک راهی که کسب‌وکارها می‌توانند محدودیت‌های گفته شده در استفاده از چت‌بات‌ها را رفع کنند آن است که گزینه ارسال ایمیل یا برنامه‌ریزی برای تماس تلفنی را برای کاربران در چت‌بات‌ها ایجاد کنند. به خصوص در زمان‌هایی که کاربران با مسائل فنی پیچیده سر و کار دارند نیاز است که با یک مهندس، متخصص و یا کارشناس صحبت کنند. با وجود اینکه چت‌بات‌های هوشمند پیشرفت‌های بسیاری در سال‌های اخیر داشتند، باز هم نمی‌توانند جایگاه تعاملات انسانی را، به خصوص در مواردی که گفته شد، بگیرند.

همانطور که در صفحات قبل مشاهده کردید، چت‌بات‌های هوشمند می‌توانند در پنج دسته از فرآیند ارائه خدمات **عملکرد بهتری نسبت به اپلیکیشن‌ها** داشته باشند:

- پاسخ سریع به سوالات ساده و تکراری
- ارائه خدمات به صورت ۲۴ ساعته
- ارائه پاسخی سریع به سوالات پیچیده
- قابلیت ثبت آسان شکایات و نظرات
- پاسخ کارشناسانه و دقیق

در پایان، چت‌بات‌های هوشمند به عنوان یک تکنولوژی نوین، فرصتی است برای کسب‌وکارها که بتوانند به مثابه یک پل، خلأ و شکاف بین کانال‌های ارتباطی سنتی را از بین برده و سطح جدید و با کیفیت بالاتری را به کاربران در دنیای آنلاین ارائه دهند و تجربه آنلاین مشتریان خود را بهبود بخشند و با سرعت بیشتری مشغول ارائه خدمات شوند.

البته ۳۴٪ از کاربران شرکت‌کننده در نظرسنجی نیز پیش‌بینی کردند که از چت‌بات‌ها در جهت ایجاد ارتباط و تعامل با نیروی انسانی استفاده خواهند کرد. پس با توجه به این مسئله نیز باز هم نیازی به محدودیت گذاری در تصمیم‌گیری برای کسب‌وکاران ندارید.

در جایگاه یک کسب‌وکار، می‌توانید از چت‌بات‌های هوشمند به عنوان یک مکمل برای انجام وظایف نیروهای انسانی استفاده کنید.

در مقایسه با دیگر کانال‌های ارتباطی، هنگامی که کاربران نیاز به یک پاسخ‌دهی سریع دارند، چت‌بات‌های هوشمند دومین جایگاه را به خود اختصاص داده‌اند.

ادغام چت‌بات‌های هوشمند با چت آنلاین در کسب‌وکارها می‌تواند سطحی از خدمات در لحظه و با کیفیتی را به مشتریان ارائه دهد که بدون وجود چت‌بات‌ها چنین خدماتی عملاً غیر ممکن است.

از آنجایی که چت‌بات‌های هوشمند هنگام نیاز به ارائه پاسخ‌های پیچیده و عمیق به سوالات فنی عملاً نمی‌توانند خدماتی ارائه دهند، نمی‌توان آن‌ها را با کانال‌های ارتباطی مثل تلفن یا ایمیل (که اساس آن‌ها ارتباط و تعاملات انسانی است) جایگزین کرد. اما می‌توان در مواردی آن‌ها را جایگزین اپلیکیشن‌ها نمود.