



Chatbot para vendas: o que é essa ferramenta e como usá-la para impulsionar o faturamento do seu negócio

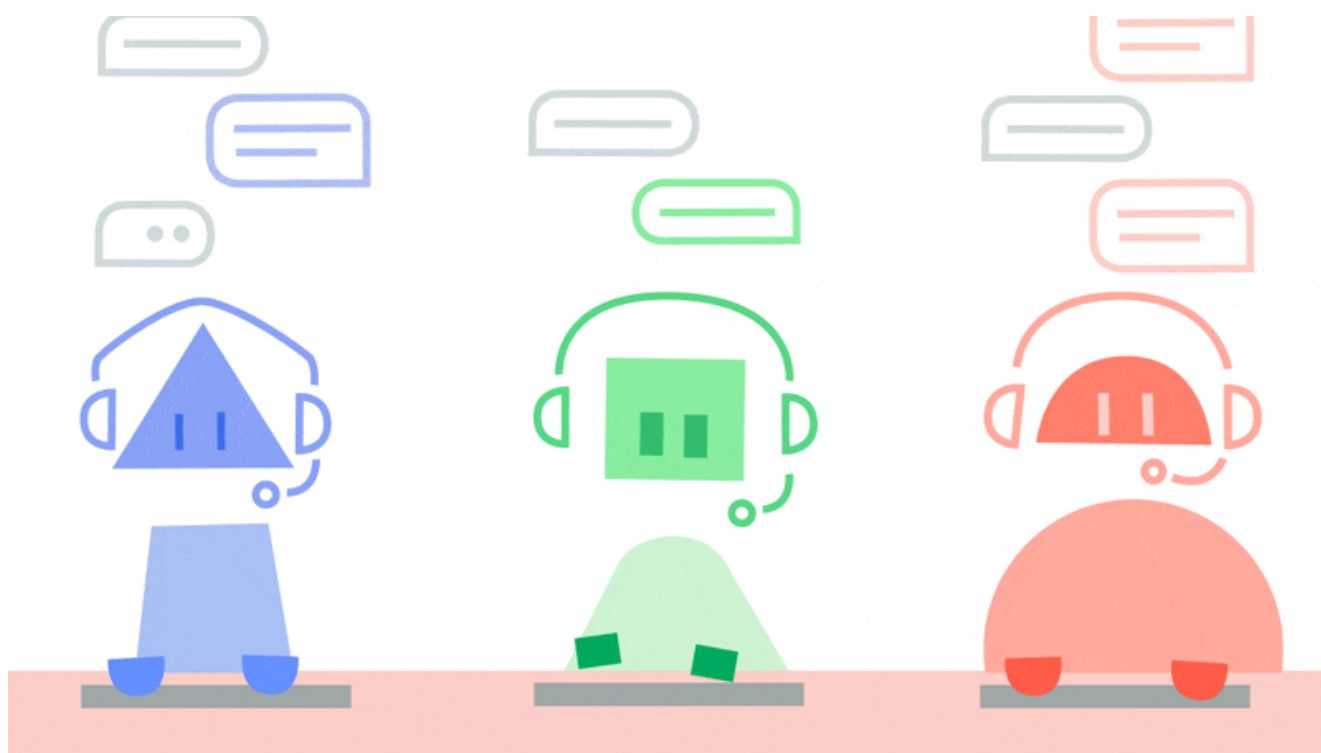
O desenvolvimento de [chatbots](#) para empresas vem crescendo de maneira significativa. Organizações de diferentes portes e segmentos estão apostando cada vez mais nessa ferramenta de comunicação, relacionamento e vendas.

Se você deseja implementar um chatbot para empresas no seu negócio, mas ainda sabe muito pouco sobre essa solução tecnológica, você está no artigo certo.

Nas próximas linhas, você vai entender melhor o que é um chatbot e como ele funciona. Continue a leitura para conferir também 4 dicas de como usar o chatbot nas vendas para otimizar esse processo e alavancar seus resultados.

O que é um chatbot?

Os chatbots são softwares de conversação desenvolvidos para interagir com pessoas de forma automatizada seguindo comandos pré-estabelecidos e análises de dados de comportamentos e interações.



Fonte: [Medium](#)

Com o auxílio das tecnologias de [Inteligência Artificial](#) e Machine Learning, um chatbot para empresas busca otimizar o relacionamento entre a marca e o seu público.

Com a automatização do atendimento proporcionada por eles, é possível economizar tempo e recursos. Isso porque eles conseguem otimizar o trabalho dos atendentes humanos, já que passam a responder perguntas repetitivas e realizar determinados procedimentos padrões.

Um bom exemplo de chatbot é a Siri. A assistente virtual da Apple consegue fazer reconhecimento de voz e responder com bastante naturalidade. A robô ainda faz piadas e simula comportamentos humanos.

Chatbots podem ajudar a sua empresa a automatizar diferentes processos de negócio, inclusive o de vendas.

Ele pode atuar ao longo de todo o processo, desde uma simples dúvida sobre o produto até a finalização do pagamento. Assim, os atendentes humanos se dedicam a tarefas e atendimentos mais complexos e específicos.

Chatbots de vendas proporcionam ao usuário uma experiência de compra mais simples, objetiva e interativa. Além disso, essas ferramentas podem ajudar a direcionar melhor os esforços de marketing e conduzir o [lead](#) ao longo da jornada.

4 dicas de como usar o chatbot nas vendas

Agora que você já sabe mais sobre chatbots para negócios, veja a seguir como é possível usar essa ferramenta para impulsionar os resultados de vendas.

1. Geração de leads qualificados

Toda vez que um usuário interage com um chatbot, a ferramenta pode ser programada para armazenar dados estrategicamente importantes para uma futura venda.

Por meio do [Inbot Marketing](#) (Inbound Marketing com chatbots), é possível alimentar os *leads* com conteúdos relevantes, gerar engajamento e conduzi-los até a base do funil de vendas.

Isso potencializa a geração de *leads* pelo chatbot e pode aumentar as taxas de conversão.

2. Oferecer uma experiência personalizada

Quanto mais personalização você oferece ao usuário, maior será a chance de converter uma venda. Isso pode ser feito de diferentes formas:

- Programe o chatbot para chamar o usuário pelo nome;
- Integre essa ferramenta às redes sociais para descobrir as preferências do usuário;
- Indique produtos que se relacionem com o histórico de compras e preferências do usuário;
- Envie notificações de produtos que estavam esgotados e que acabaram de chegar no estoque, bem como lançamentos e promoções.

3. Envie lembretes de abandono de carrinho

Se você tem um [e-commerce](#), deve estar acostumado com o abandono de carrinho. Ele acontece quando um potencial cliente entra no site da sua loja virtual, escolhe alguns produtos, mas não finaliza a compra.

Essa é uma prática bastante comum. No Brasil, a média de abandono de carrinhos nos e-commerces é [superior a 80%](#).

Um chatbot pode enviar lembretes e interagir com clientes prestes a abandonar o carrinho ou que já fizeram isso. Para que a ação faça sentido, ofereça descontos para os produtos escolhidos, envie ofertas ou condições especiais.

4. Colete e analise o feedback dos clientes

O [feedback de clientes](#) é uma ferramenta de negócios extremamente valiosa e muitos deles podem recorrer ao seu chatbot para fazer avaliações e registrar alguma reclamação.

Esses feedbacks podem ser mapeados e registrados em uma [plataforma de chatbots](#) que permita extração de relatórios e análise dos dados. Com isso, é mais fácil saber o que precisa ser feito para melhorar seus produtos e suas estratégias de marketing e vendas.

Conclusão

Os chatbots para negócios apresentam um grande potencial para alavancar as vendas da sua empresa, além de reduzir custos com atendimento.

Ao implementar um chatbot para vendas, é possível conhecer melhor o seu público e realizar ações mais direcionadas na hora de oferecer soluções de produtos ou serviços.

Agora que você já está mais por dentro deste assunto, que tal desenvolver um chatbot para a sua empresa?

Pode ser mais fácil do que você imagina! [Conheça a plataforma BLiP](#) e saiba tudo sobre construção, evolução e gestão de chatbots.

Este post foi escrito pela [Take](#), uma empresa que nasceu para facilitar e modernizar a comunicação entre empresas e pessoas.