

ИНДИ ГОГОХИЯ

**ДОБАВЬ
КЛИЕНТА
В ДРУЗЬЯ**

ПРОДВИЖЕНИЕ В TELEGRAM, WHATSAPP
И ДРУГИХ МЕССЕНДЖЕРАХ

БОМБОРА™

Москва 2018

В наше время важно быть быстрым! Скорость реакции имеет значение. Я уже давно не читаю почту и большую часть переговоров по бизнесу веду в мессенджерах. Тот, кто первым освоит мессенджеры как новый канал коммуникаций, – получит поток заявок по низкой цене.

В Китае я заметил, что WeChat – это целый мир: человек может заказать еду и оплатить покупки, одновременно отправляя сообщение другу. Сегодня в Telegram «Трансформатор» – крупнейший бизнес-канал, и нам нравится быть ближе к своим подписчикам, донося информацию в нужное время в нужном месте.

Инди пишет простым языком и, конечно, дает разбор практики. На это вы особенно должны обратить внимание!

Мне нравятся люди, которые быстро используют то, о чем другие не догадываются. Я рекомендую книгу к прочтению, а главное – к действию. Победитель не тот, кто обладает знанием, а тот, кто применяет его!

Эта книга – большая возможность. Читайте и внедряйте!

Дмитрий Портнягин

Современный бизнес стремится в интернет, потому что там сосредоточено все внимание и свободное время потенциальных клиентов. Это значит, необходимо внедрить новые каналы коммуникации. Я рекомендую книгу Инди. «Добавь клиента в друзья» – потрясающий проводник, с которым вы узнаете, как внедрить мессенджеры в бизнес. Именно они, судя по всем аналитическим сводкам, поглощают максимум времени среднестатистического «юзера». А это значит, что шансы превратить незнакомца в клиента с помощью такого инструмента самые высокие.

Бюджеты на рекламу постоянно растут, в то время как умение создать доверительные, дружеские отношения – значительно сокращает расходы и увеличивает продажи. Поэтому внимательно изучайте инструменты книги, ведь это ваши деньги и рост бизнеса!

Мария Солодар

Мир меняется с огромной скоростью: объем знаний и информации удваивается ежегодно. «Не успел, не понял, не было времени...» – теперь это только твои оправдания твоего неуспеха.

Надо учиться быть эффективным в новых обстоятельствах.

Мой рецепт прост: «Не успеваешь сам – найди человека, который нашел время, разобрался, стал лучшим, и попроси его научить».

Мессенджеры сегодня – новый цифровой канал общения с клиентом, повышающий лояльность в разы. «Добавь клиента в друзья» – книга Инди о мессенджерах. А Инди Гогохия – мой гуру в новых средствах коммуникаций.

Глеб Юн,

старший вице-президент «Внешэкономбанка»

У вас в руках четкий алгоритм и руководство к действию по работе с мессенджерами. Вы узнаете, как применить эффективнейший набор инструментов для любого бизнеса!

Наконец-то нашелся человек, который смог систематизировать знания по продвижению в мессенджерах, дать полное описание возможностей каждого приложения, его достоинства и недостатки, и объяснить пошагово, как с ними работать, на практических примерах. Лично я планирую применить описанные в книге фишки, которые пока еще не задействованы в нашем бизнесе.

Настоятельно рекомендую вам не только прочесть эту, не побоюсь этого слова, энциклопедию мессенджеров, но и применить на практике хотя бы часть знаний. Инструменты гарантированно усилят ваши позиции на конкурентном рынке. Ведь только шагая в ногу со временем, можно достичь успеха!

P.S. Инди, спасибо тебе большое за эти знания и колоссальный труд!

*Дмитрий Пивнев,
управляющий партнер проекта
@blossom_sib (РАСЦВЕТАЙ)*

Есть поговорка: «Скажи мне, кто твой друг, и я скажу, кто ты». Сейчас по праву можно сказать: «Покажи мне контент своих мессенджеров, и я скажу, кто ты».

В то же время, несмотря на глобальное проникновение технологии, системных попыток описать это явление не так много. Что касается российской деловой литературы, то, пожалуй, вы держите в руках первую книгу, системно описывающую весь потенциал возможностей мессенджеров. Она дает необходимый инструментарий и детальные рекомендации по его внедрению, а также содержит отличную подборку кейсов.

Нужно сказать, что Инди достаточно скрупулезно разложила по полочкам весь потенциал использования мессенджеров (что необычно для такой молодой и обаятельной девушки), раскрывая неочевидные, на первый взгляд, вещи, за что большое ей человеческое спасибо. Я смело могу рекомендовать эту книгу всем, кто стремится понять основы коммуникационного маркетинга и «добавить в друзья» своих потенциальных или существующих клиентов.

*Вадим Лобов,
директор университета «Синергия»*

Все права защищены. Книга или любая ее часть не может быть скопирована, воспроизведена в электронной или механической форме, в виде фотокопии, записи в память ЭВМ, репродукции или каким-либо иным способом, а также использована в любой информационной системе без получения разрешения от издателя. Копирование, воспроизведение и иное использование книги или ее части без согласия издателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

Гогохия, Инди.

Г58

Добавь клиента в друзья: продвижение в Telegram, WhatsApp, Skype и других мессенджерах / Инди Гогохия. – Москва : Эксмо, 2018. – 320 с. : ил. – (Бизнес. Как это работает в России).

Времена меняются. Скорость информационного потока набирает обороты, приходится конкурировать за внимание пользователей, а отношения с клиентом видоизменяются, обретая цифровой шлейф. Чтобы построить крепкие отношения, нужно сократить информационную пропасть между вами и клиентом. Сделать его жизнь легче, счастливее. Будьте там, где он органически проводит время, не строя сложные коммуникации. Те, кто умеет быстро внедрять новое, будут всегда впереди.

В этой книге вы найдете список практических инструментов, краткий обзор возможностей мессенджеров и кейсы. Четко, емко, без воды.

Руководство полезно для бизнеса и для развития личного бренда.

УДК 004.9

ББК 32.973.202

© Текст, Инди Гогохия, 2018

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2018

ISBN 978-5-04-091004-5

Издание для дополнительного образования
БИЗНЕС. КАК ЭТО РАБОТАЕТ В РОССИИ

Инди Гогохия

ДОБАВЬ КЛИЕНТА В ДРУЗЬЯ

Продвижение в Telegram,
WhatsApp, Skype и других
мессенджерах

Руководитель отдела *О. Усольцева*
Выпускающий редактор *Л. Ивахненко*
Литературный редактор *Е. Курочкина*
Младший редактор *К. Ананьева*
Дизайн обложки *С. Алфёров*
Художественный редактор *А. Гусев*
Технический редактор *М. Печковская*
Верстка *О. Розанова*
Корректоры *Т. Бородоченкова, Г. Москаленко*

ООО «Издательство «Эксмо»

123308, Москва, ул. Зорге, д. 1. Тел.: 8 (495) 411-68-86.

Home page: www.eksmo.ru E-mail: info@eksmo.ru

Өндiрушi: «ЭКСМО» АҚБ Баспасы, 123308, Мәскеу, Ресей, Зорге көшесi, 1 үй.
Тел.: 8 (495) 411-68-86.

Home page: www.eksmo.ru E-mail: info@eksmo.ru

Tauap белгisi: «Эксмо»

Интернет-магазин : www.book24.kz

Интернет-дүкен : www.book24.kz

Импортёр в Республику Казахстан ТОО «РДЦ-Алматы».

Қазақстан Республикасындағы импорттаушы «РДЦ-Алматы» ЖШС.

Дистрибутор и представитель по приему претензий на продукцию,

в Республике Казахстан: ТОО «РДЦ-Алматы»

Қазақстан Республикасында дистрибутор және өнім бойынша арыз-талаптарды қабылдаушының өкілі «РДЦ-Алматы» ЖШС.

Алматы қ., Домбровский көш., 3-а», литер Б, офис 1.

Тел.: 8 (727) 251-59-90/91/92; E-mail: RDC-Almaty@eksmo.kz

Өнімнің жарамдылық мерзімі шектелмеген.

Сертификация туралы ақпарат сайты: www.eksmo.ru/certification

Сведения о подтверждении соответствия издания согласно законодательству РФ о техническом регулировании можно получить на сайте Издательства «Эксмо» www.eksmo.ru/certification

Өндiрген мемлекет: Ресей. Сертификация қарастырылмаған

Подписано в печать 19.06.2018. Формат 70x100¹/₁₆

Гарнитура «NewBaskerville»

Печать офсетная. Усл. печ. л. 25,93.

Тираж 8000 экз. Заказ



ISBN 978-5-04-091004-5



9 785040 910045 >

В электронном виде книга доступна на сайте
литрес.ru www.litres.ru

ЛитРес:

www.litres.ru



Содержание

ВВЕДЕНИЕ 9

Часть 1. Мессенджеры в современном мире 11

Глава 1. Зачем нужны мессенджеры 12

Глава 2. Аудитория мессенджеров 18

Глава 3. Преимущества мессенджеров 24

Глава 4. Чат-боты в бизнесе 28

Часть 2. Facebook Messenger 35

Глава 1. История Facebook Messenger 36

Глава 2. Основные функции Facebook Messenger 40

Глава 3. Преимущества Facebook Messenger 44

Глава 4. Настройка бота в Facebook Messenger 48

**Глава 5. Правила взаимодействия с аудиторией
в Messenger 58**

Часть 3. Telegram 63

Глава 1. История Telegram 64

Глава 2. Основные функции Telegram 68

Глава 3. Каналы в Telegram	74
Глава 4. Типы Telegram-каналов	78
Глава 5. Клиенты в Telegram	84
Глава 6. Собственный канал в Telegram	88
Глава 7. Особенности и ошибки ведения Telegram-каналов	94
Глава 8. Продвижение Telegram-канала	98
Глава 9. Telegram для бизнеса	102
Глава 10. Секретный чат	106
Глава 11. Виды коммуникации в Telegram-каналах	110
Глава 12. Стикеры в Telegram	116
Глава 13. Создание бота в Telegram	122
Глава 14. Кейсы	130
Часть 4. WhatsApp	137
Глава 1. История WhatsApp	138
Глава 2. Преимущества WhatsApp	140
Глава 3. WhatsApp для бизнеса	142
Глава 4. Основные способы обмена сообщениями в WhatsApp	146
Глава 5. Кейсы	148
Часть 5. Viber	151
Глава 1. История Viber	152
Глава 2. Возможности Viber для бизнеса	158

Глава 3 Рассылки в Viber 162

Глава 4. Public Account 170

Глава 5. Чат-боты в Viber 180

Глава 6. Групповой чат Viber для бизнеса 188

Глава 7 Кейсы 194

Часть 6. Маркетинговые возможности мессенджеров 199

Часть 7. SKYPE 205

Глава 1. История Skype 205

Глава 2. Основные функции Skype 210

Глава 3. Skype для бизнеса 214

Глава 4. Приложения Skype 218

Глава 5. Skype как альтернатива криптобиржам 222

Глава 6. Кейсы 226

Часть 8. Разговорный маркетинг в мессенджерах 229

Глава 1. Зачем нужен разговорный маркетинг 230

Глава 2. Рост 234

Глава 3. Работа с клиентами 242

Часть 9. Туннели продаж в мессенджерах 249

**Глава 1. Туннели продаж. Комбинации.
Стратегии и тактики 250**

**Глава 2. Стратегия туннеля продаж
в мессенджерах 254**

СОДЕРЖАНИЕ.

Глава 3. Как придумать хорошую идею туннеля продаж	258
Глава 4. Этапы создания туннеля продаж	262
Глава 5. Кампании для генерации постоянных клиентов	270
Глава 6. Сервисы для планирования и создания туннелей продаж	278
Часть 10. Создание контента и привлечение трафика	285
Глава 1. Контент в мессенджерах	286
Глава 2. Работа с трафиком	290
Глава 3. Создание высококачественных заголовков	294
Глава 4. Позиционирование бренда. Как выбрать tone of voice	300
Глава 5. 12 эмоциональных триггеров	306
ГЛОССАРИЙ	316

Введение

Мы живем во времена бешеных скоростей. Все очень быстро меняется, тренды приходят и уходят. И сейчас особенно важно активно следить за тенденциями и реагировать на изменения. Ваша скорость, умение адаптироваться, изучать и применять на практике новые знания и навыки – необходимые условия для того, чтобы быть первым на рынке.

Одним из перспективно развивающихся сегодня направлений являются мессенджеры. Что это такое? Зачем они нужны? Для чего нужно внедрять их в свой бизнес? Какую пользу они могут вам принести?

Давайте разберемся, что такое мессенджер. Слово «мессенджер» происходит от английского message, означающего «сообщение». Изначально утилита подразумевала только обмен мгновенными сообщениями, но сейчас она эволюционировала в полноценную коммуникационную площадку. Помимо обмена сообщениями пользователям доступны голосовая и видеосвязь, голосования, отправка стикеров и отдельных файлов: фото, документы, музыка и видео. Кроме того, в мессенджерах появилось много новых функций, интересных непосредственно для бизнеса.

С каждым днем мессенджеры продолжают все быстрее и активнее наращивать возможности, стремительно развивая аудиторию и вытаскивая ее из социальных сетей. Стали появляться

такие интригующие функции, как, например, исчезающие сообщения: вы отправляете сообщение, а в течение нескольких секунд после прочтения оно исчезает, и теперь его невозможно использовать против вас; или, например, похожая функция – отзыв сообщения, когда оно удаляется и у вас, и у получателя. И это лишь малая часть тех интересных вещей, которые мы обсудим в книге.

«Добавь клиента в друзья» – это не просто призыв, это необходимость каждого современного предпринимателя, который стремится к первенству. Стать ближе к клиентам сегодня проще с помощью мессенджеров. Книга носит технический характер, описана простым языком для легкости восприятия.

Как работать с этой книгой для максимального результата? Каждый блок книги, с одной стороны, является обособленным друг от друга, вы можете начать конкретно с интересующей вас главы, а, с другой стороны, можете прочитать ее от корки до корки. В конце книги есть глоссарий, где собраны все термины, очень важно, если вдруг вы не знаете, что значит то или иное слово, обязательно его проясните или в интернете, или в глоссарии. Также в книге вы встретите практические инструкции, в частности по созданию чат-ботов, туннелей продаж, что позволит вам начать конструировать первые или корректировать имеющие чат-боты, каналы в мессенджерах, а возможно, создадите свои стикеры в рамках пиар-стратегии. В дополнение я подготовила список софтов и сервисов, которые помогут вам в реализации ваших задач. Помните, задача Бизнеса сделать жизнь клиента легче, проще, никак не усложнить. Правильная Коммуникация – залог крепких отношений с клиентом!

А теперь за дело!

Часть 1.
МЕССЕНДЖЕРЫ
В СОВРЕМЕННОМ
МИРЕ

① **Зачем нужны мессенджеры**

2 Аудитория
мессенджеров

3 Преимущества
мессенджеров

4 Чат-боты
в бизнесе

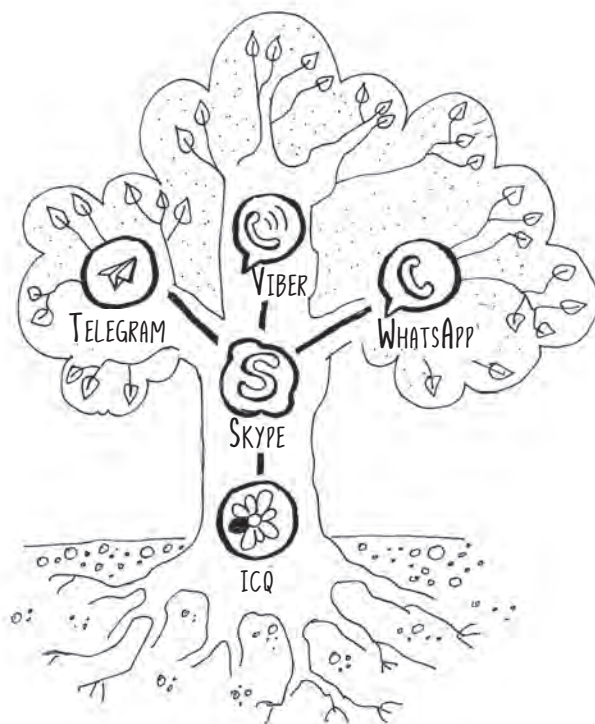
Особенности мессенджеров

.....

Как часто мы слышим: «Я напишу тебе в WhatsApp», «Я наберу тебе по Skype», «Я позвоню тебе в Viber» и т. п. При этом каждая из этих площадок является обособленной: для того чтобы коммуницировать, новому пользователю нужно скачать именно это приложение. То есть уже на данном этапе возникает момент вирусного распространения программы: вам предлагается большое количество преимуществ (например, просто за счет интернет-трафика вы можете обмениваться сообщениями, звонить друг другу, использовать видеосвязь), но при этом нужно, чтобы у всех пользователей коммуникационной цепочки также была установлена эта программа.

Наверное, самым первым популярным мессенджером в истории, который тем не менее сейчас оказался совсем забыт, был ICQ. После него была эпоха Skype, он доминировал несколько лет. Сейчас наиболее распространенными программами для бизнеса и личного общения являются Telegram, WhatsApp, Viber и другие. Более подробно мы рассмотрим каждую из них дальше.

Посредством использования мессенджеров мы можем решить многие бизнес-задачи.



1. Оптимизация бизнес-процессов в мессенджере

Например, вы внедрили чат-бот. Клиент, задавая боту определенные вопросы, отвечая на уточнения и выполняя команды, автоматически попадает в нужную категорию, а потом распределяется к нужному сотруднику, который уже помогает ему окончательно решить задачу.

То есть к тому моменту, как в работу включается человек, которому мы платим зарплату, часть проблем клиента решена и он уже готов к совершению сделки. Так мы закрываем блок продаж непосредственно в самом мессенджере.

Мессенджер – это максимально эффективная для взаимодействия среда, ведь клиент, находясь в своей зоне комфорта, может легко совершать покупки, просто переписываясь в удобном, любимом мессенджере, выполняя стандартные действия, совершая транзакции.

2. Сервис и оценка качества

Посредством взаимодействия через мессенджер вы можете оценить работу ваших сотрудников, уровень вашего сервиса и предоставляемой услуги. В частности, это может быть реализовано с помощью чат-бота: клиент может легко проголосовать или оставить отзыв.

3. Поддержка

Вся техническая поддержка может осуществляться в мессенджере и быть полностью автоматизированной. Вы заливаете блок популярных вопросов в чат-бот мессенджера, настраиваете определенные команды, и человек в зависимости от своих запросов получает рекомендации, как поступить в той или иной ситуации.



4. Маркетинг

Посредством мессенджеров вы можете осуществлять рассылку рекламных каталогов, делать специальные предложения, проводить акции – количество форматов очень большое.

Важное преимущество: пользователь получает уведомления о вашей маркетинговой активности в нативной и привычной для него форме.

5. Решение операционных и коммуникационных задач

Очень важный блок для владельцев бизнеса. Выстраивая собственную систему коммуникаций внутри компании, можно использовать не электронную почту, а сервис мгновенного обмена сообщениями.

По статистике, примерно 60% пользователей быстрее реагируют на сообщение, если оно пришло в мессенджере, а не по электронной почте¹.

Эта цифра показывает нам, как людям удобнее отвечать на сообщения и как сделать коммуникацию эффективней.

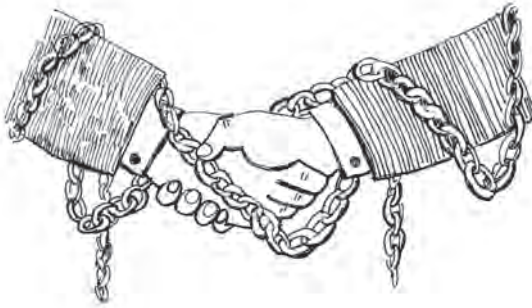
Процесс коммуникации между бизнесом и клиентом постоянно видоизменяется, и в этих условиях именно мессенджеры являются наиболее удобным средством.

Совокупный охват аудитории мессенджеров – больше миллиарда человек, и количество пользователей продолжает постоянно расти. Не случайно в последнее время все чаще и чаще в разделе социальных сетей на сайтах можно увидеть иконки WhatsApp, Telegram и Viber рядом с иконками Facebook, Instagram и Twitter.

¹ Источники статистики, использованной в книге: 2018 Chatbot Statistics – All The Data You Need by Alex Debecker <https://blog.ubisend.com/optimise-chatbots/chatbot-statistics>, Most popular global mobile messenger apps as of April 2018, based on number of monthly active users (in millions) <https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/>.

6. Установление глубокой связи с клиентом

Преимущество мессенджеров – это разнообразие видов контента, который можно в них использовать. Рассылка текстовых сообщений, видео, аудио, применение гифок, стикеров, эмодзи – все это поможет вам сделать сообщения максимально эмоциональными и установить глубокую связь с клиентом, а в результате оказать значительное влияние на продажи.



7. Уровень доверия

Также важно помнить про такое отличие мессенджеров от других средств коммуникации, как уровень приватности. Наряду с максимально быстрым прочтением и значительной глубиной вовлеченности за счет push-уведомлений достигается также высокая скорость реакции. Это очень удобно и гарантирует максимальное взаимодействие с клиентом. Так как мессенджеры привязаны к номеру телефона, они дают определенное ощущение безопасности и надежности, в отличие, например, от email-рассылок.

Тенденция на внедрение мессенджеров в бизнес сейчас набирает все большие обороты. Это уже подтвердивший свою эффективность тренд. Поэтому, если вы уже сейчас научитесь правильно использовать этот инструмент, у вас будет возможность получить максимальный результат и отдачу. Быть на рынке одним из первых всегда гораздо выгоднее, чем вписаться в конце.

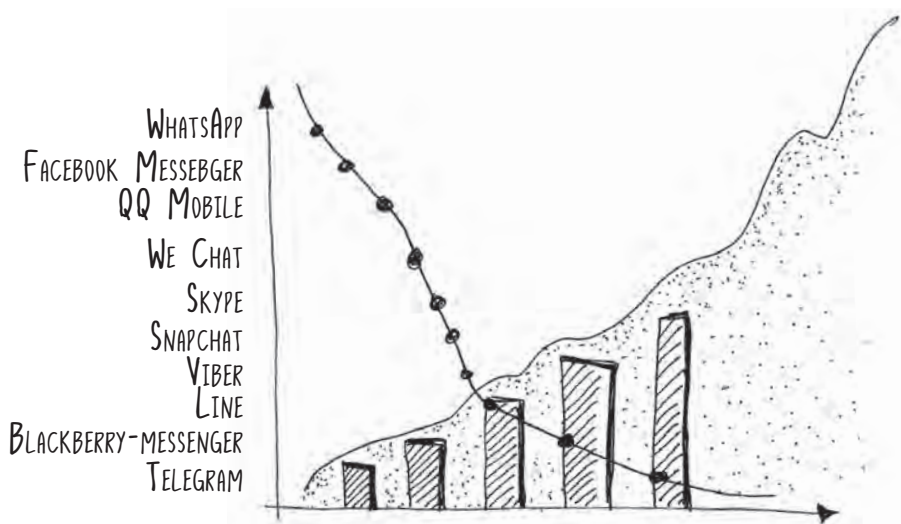
1 Зачем нужны
мессенджеры

2 **Аудитория
мессенджеров**

3 Преимущества
мессенджеров

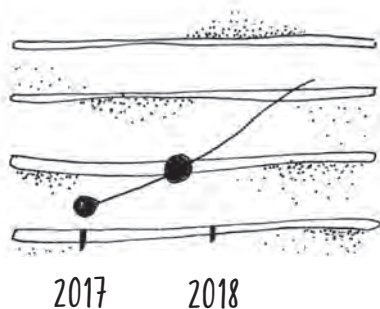
4 Чат-боты
в бизнесе

Мобильные мессенджеры давно практически заменили нам стандартные средства коммуникации, и это касается не только sms-сообщений, но и традиционных телефонных звонков. С каждым днем популярность мессенджеров растет, а вместе с ней увеличивается и количество пользователей. Речь идет не просто о зарегистрированных, а именно об активных пользователях. Также возрастают количество отправленных сообщений и средняя длительность сеансов в мобильных мессенджерах.



Самые популярные мессенджеры в России – это WhatsApp, Viber, Telegram, Skype, Facebook Messenger и VK (ВКонтакте).

Что касается мирового рейтинга, то на первом месте стоит WhatsApp, далее идет Facebook Messenger, QQ Mobile, WeChat, Skype, Snapchat, Viber, Line, BlackBerry Messenger и, наконец, Telegram. Получается, что около 1,4 миллиарда человек во всем мире пользуются хотя бы одним из мессенджеров. За год активная аудитория увеличивается на 32% и к концу 2018 года, по прогнозам, достигнет порядка 2 миллиардов человек, что составляет 80% владельцев смартфонов.



Теперь поговорим предметно: сколько же времени человек проводит в мессенджерах, какова длина сеанса и состав аудитории.

Было установлено, что в последнее время пользователи мессенджеров стали потреблять все больше и больше трафика. Если говорить о цифрах за прошлый год, то общий объем увеличился в 1,4 раза. По росту трафика на первом месте оказались WhatsApp и Telegram, которые увеличились примерно на 40%.

В случае с Telegram растущую популярность связывают с огромным количеством появившихся Telegram-каналов, представляющих собой разновидность медиаресурсов. В них пользователи очень легко и просто могут получать удобную и нужную для них информацию. Именно так в Telegram генерируется большое количество органического трафика.