

# Jak efektywnie generować leady w chatbocie?



# 0 Unilever Food Solutions

**Unilever Food Solutions** to część koncernu Unilever, współpracująca z branżą gastronomii – od małych restauracji po sieciowe hotele, **w 74 krajach na całym świecie.**

Marka tworzy produkty dla profesjonalnych szefów kuchni, pod znakiem firmowym m. in. Knorr, Hellmann's czy Lipton oraz inspirowa i wspiera operatorów lokali, aby ich biznes rozwijał się w zadowalającym kierunku.



**Zasięg:**  
Polska



**Sektor:**  
Gastronomia B2B



**Grupa docelowa:**  
Szefowie kuchni,  
menedżerowie  
restauracji,  
kucharze

# Kluczowe cele

## 1. Precyzyjne profilowanie użytkowników w najpopularniejszym komunikatorze w Polsce

- automatyzacja procesu dostarczająca Partnerowi sprofilowanych leadów w czasie rzeczywistym
- uzupełnienie dla dotychczas prowadzonych działań lead-ads

## 2. Budowanie relacji z użytkownikami w przystępnej formie chatu na Messengerze

- regularna komunikacja i budowanie lojalności z odbiorcą na Messengerze
- angażowanie odbiorców do udziału w akcjach organizowanych na Facebooku marki oraz konwersji do www



# Miejsce chatbota w customer journey

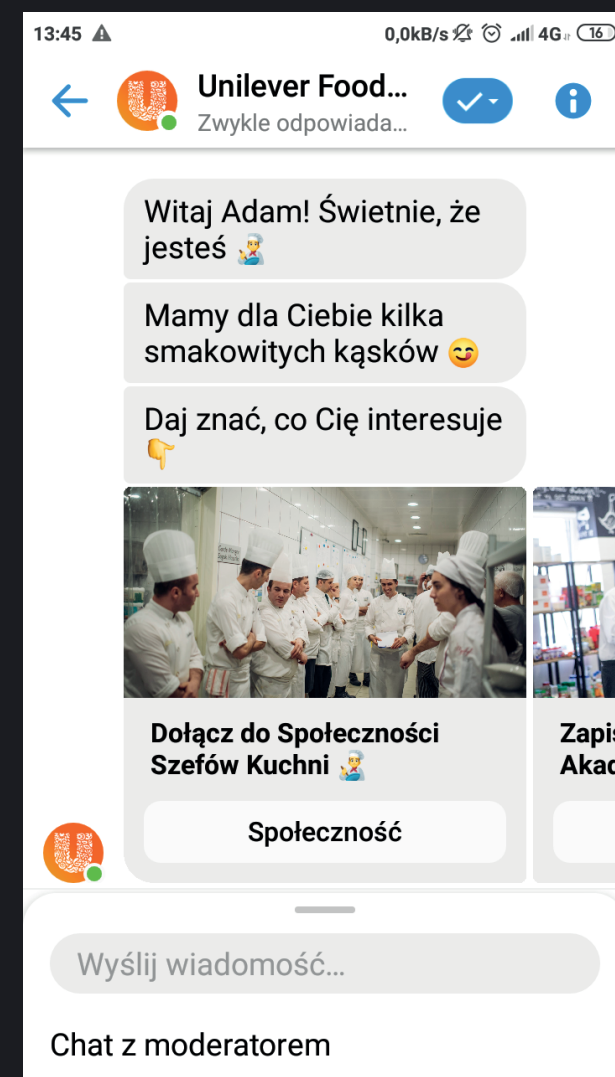
## UFS Operator lifecycle



# Zaangażowanie

(CTA: "Dołącz do Społeczności Szefów Kuchni"!)

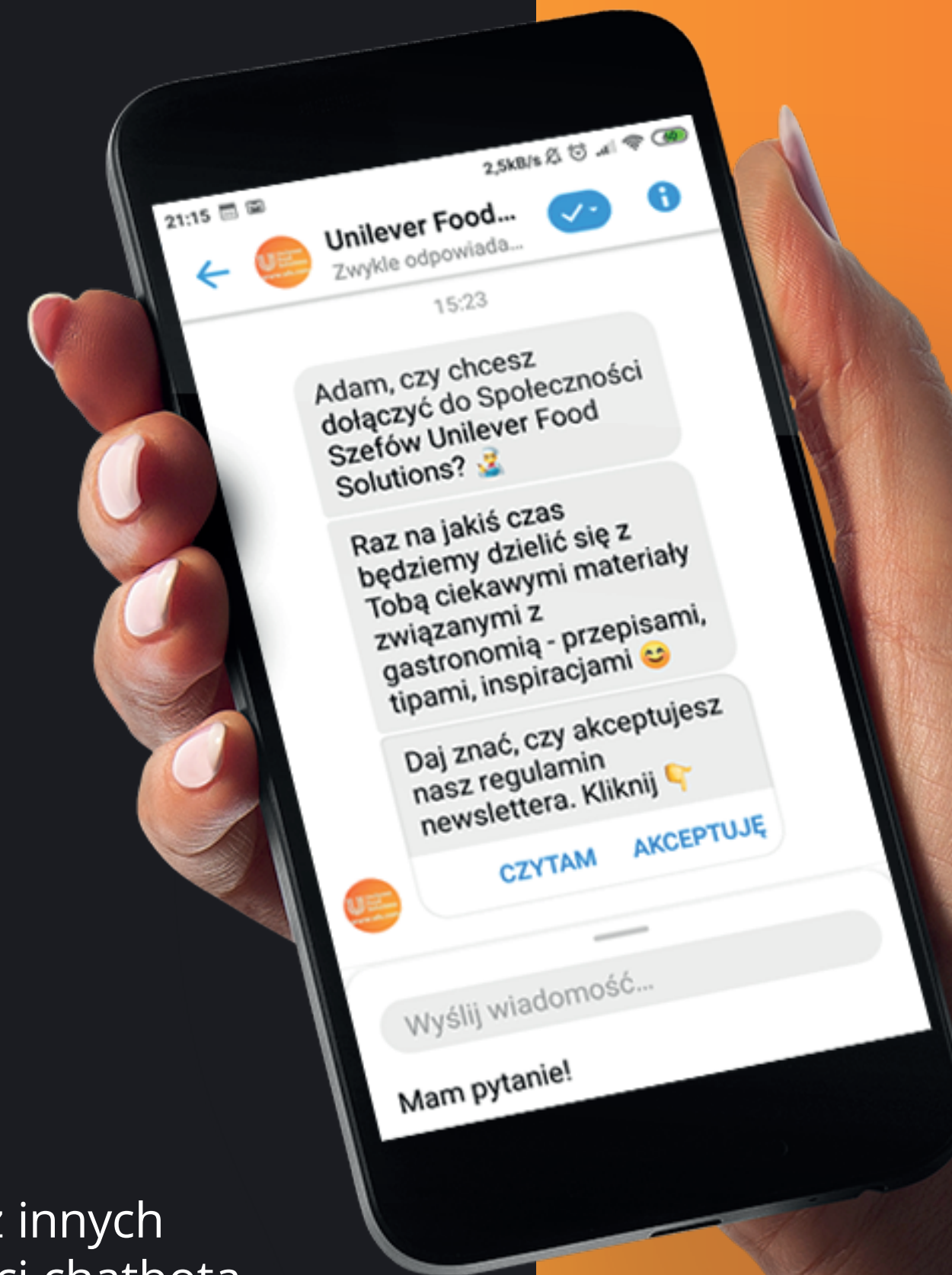
Opracowaliśmy mechanizm angażujący odbiorców do interakcji z chatbotem z trzech źródeł:



1. Główne menu chatbota



2. Przejście z reklamy płatnej



3. Konwersja z innych funkcjonalności chatbota np. zapis na warsztaty, akcje konkursowe i contentowe (kontakt w ciągu 24 godzin od ostatniej interakcji)

# Scenariusz

Stworzyliśmy scenariusz chatbota, który w przystępnej formie interfejsu chatu przeprowadza użytkownika przez konwersację. Opiera się on m.in. o pytania zamknięte wymagające jedynie wybrania odpowiedniej odpowiedzi w układzie buttonowym.

**Ścieżka interakcji została zoptymalizowana poprzez brak konieczności wprowadzania danych dostępnych z profilu użytkownika na Facebooku (imię, nazwisko, e-mail, telefon), a także możliwość udostępnienia obecnej lokalizacji, alternatywnie do ręcznego wprowadzenia kodu pocztowego.**

Każda informacja precyzyjnie profiluje użytkownika do celów działań remarketingowych.



# Przekazywanie leadów

Użytkownik, po przejściu scenariusza zostaje zapisany w bazie CRM klienta (Hubspot).

Codziennie, wszystkie zebrane leady (zarówno z chatbota, jak i z kampanii FB Ads) są wysyłane mailowo - zarówno do przedstawicieli handlowych, jak i regionalnych kierowników sprzedaży.

Pozyskane leady z informacjami są rozdzielane na bazie kodów pocztowych, przypisanych odpowiednio do każdego z handlowców i kierowników.

Przedstawiciel UFS otrzymuje mailowo informacje, takie jak: e-mail, numer telefonu, nazwa firmy, kod pocztowy, data pozyskania kontaktu, źródło pozyskania (chatbot, FB Ads), potencjalne zainteresowanie (warsztaty i szkolenia, doradztwo biznesowe/kulinarne, inspiracje, próbki, wszystkie z powyższych) oraz kampania z której trafił i rodzaj działalności (jedynie w przypadku leadów pozyskanych z FB Ads).

Następnie, handlowiec może określić wynik procesowania kontaktu - zarówno przed kontaktem telefonicznym, jak i po nim.

**Unilever Food Solutions**

Nowe leady sprzedażowe online

---

**Imię Nazwisko**  
e-mail: nazwamaila@mail.pl | nr telefonu: +48500600700  
firma: Nazwa firmy | kod pocztowy: 93-216  
data utworzenia: 2019-06-23 08:26:43  
źródło: Chatbot PL  
kampania:  
zainteresowanie: Warsztaty i szkolenia  
rodzaj działalności:

Określ wynik procesowania kontaktu:

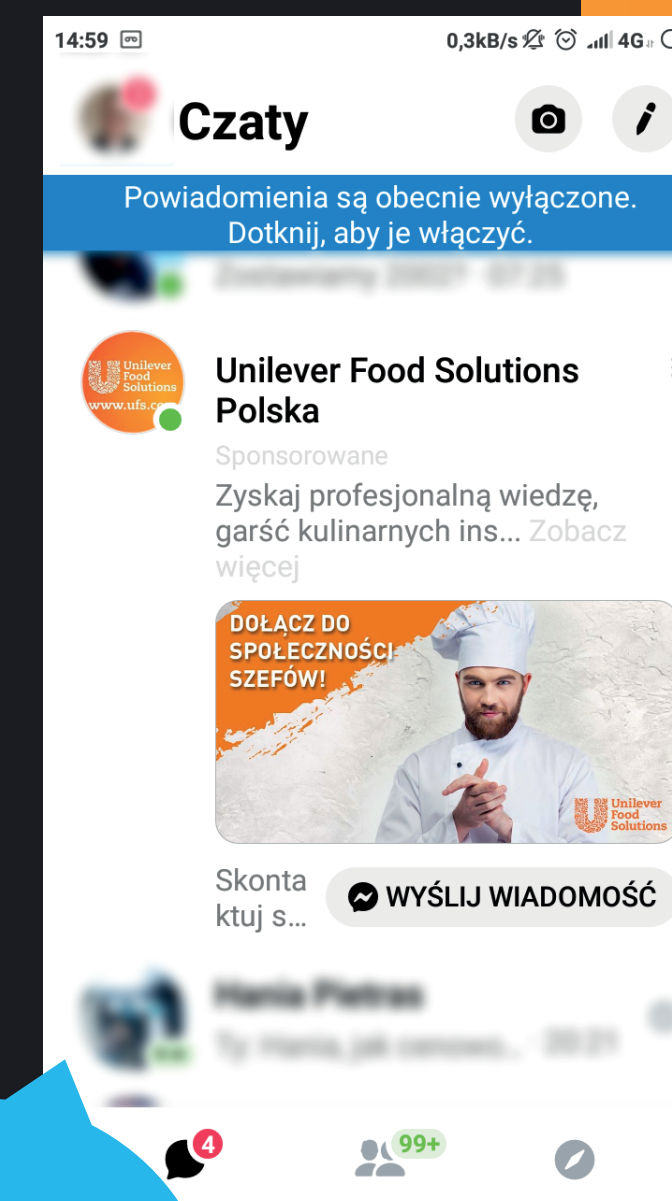
Wstępna klasyfikacja	Kontakt telefoniczny	Kontakt osobisty
Spam	Błędny numer	Spotkanie umówione
Nie gastronomia	Brak zainteresowania	
Klient Free Trade		
Klient Odwiedzany		

# Wsparcie Social Ads

Oprócz przejścia bezpośrednio z fanpage'a marki, dzięki wsparciu działaniami social ads, konwersja użytkowników do chatbota zbierającego leady pochodzi **z trzech dostępnych platform mediów społecznościowych.**



Facebook



Messenger

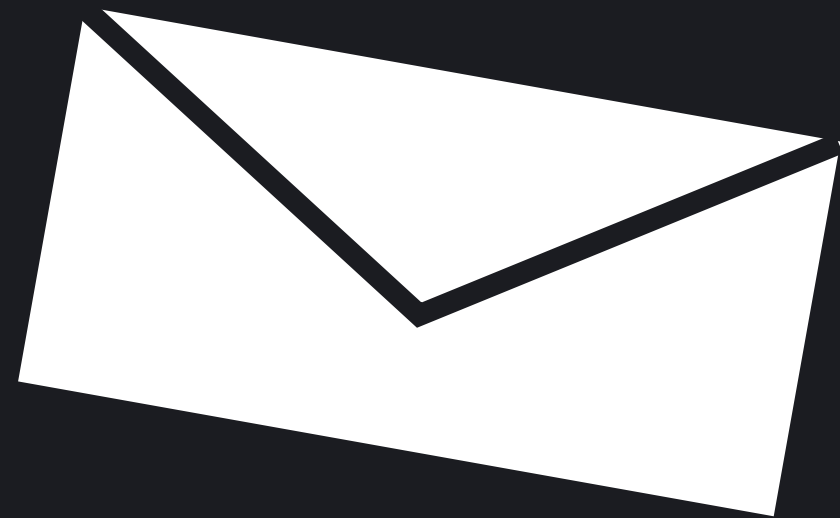


Instagram



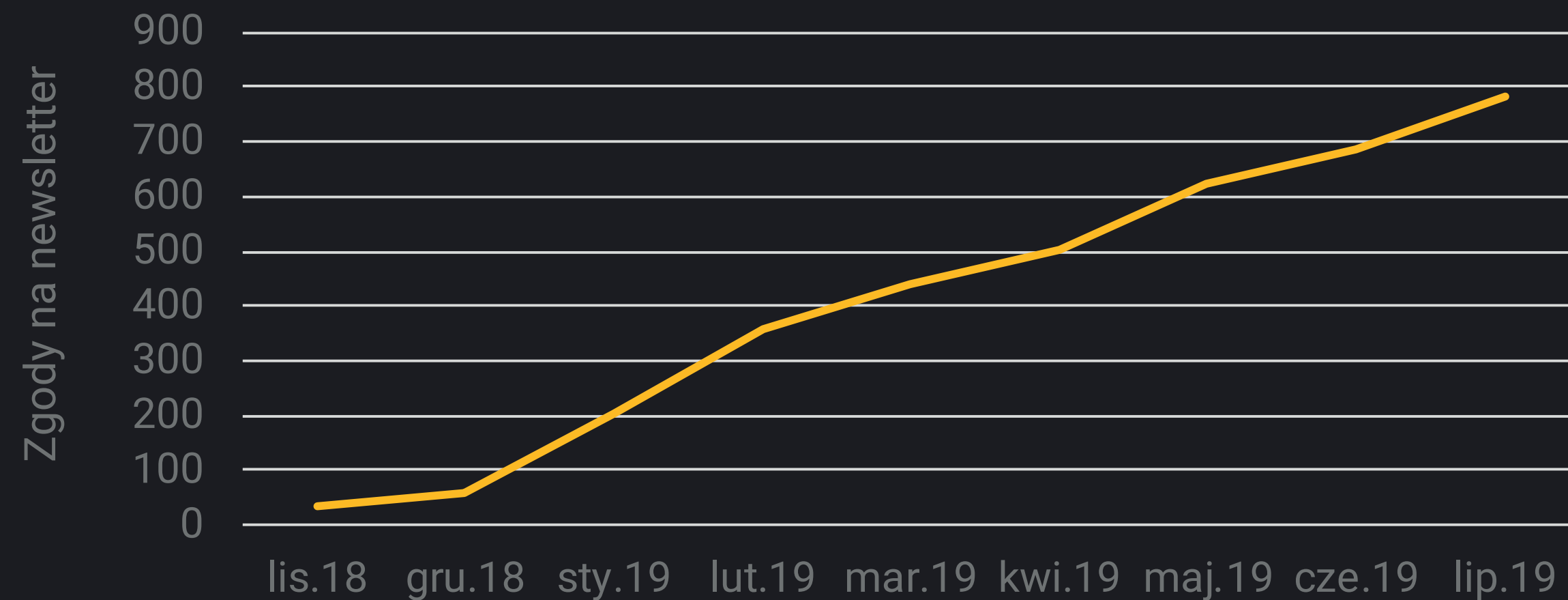
# Remarketing

Dodatkowo, przy każdej możliwości, osoby, które dotychczas nie zostały sprofilowane, są automatycznie zapraszane do dołączenia do Społeczności Szefów Kuchni w ciągu 24 godzin od ostatniej interakcji (np. z rejestracji na warsztaty).



# Newsletter w chatbocie

Użytkownicy już na pierwszym etapie interakcji, zachęceni są do wyrażenia zgody na otrzymywanie newslettera bezpośrednio w Messengerze. Komunikator jest środowiskiem dedykowanym urządzeniom mobilnym, dzięki czemu osiągamy wysoką responsywność odbiorców na wysyłki realizowane w chatbocie.



782  
osoby

Dane za okres: 19.11.2018 - 31.07.2019

80%

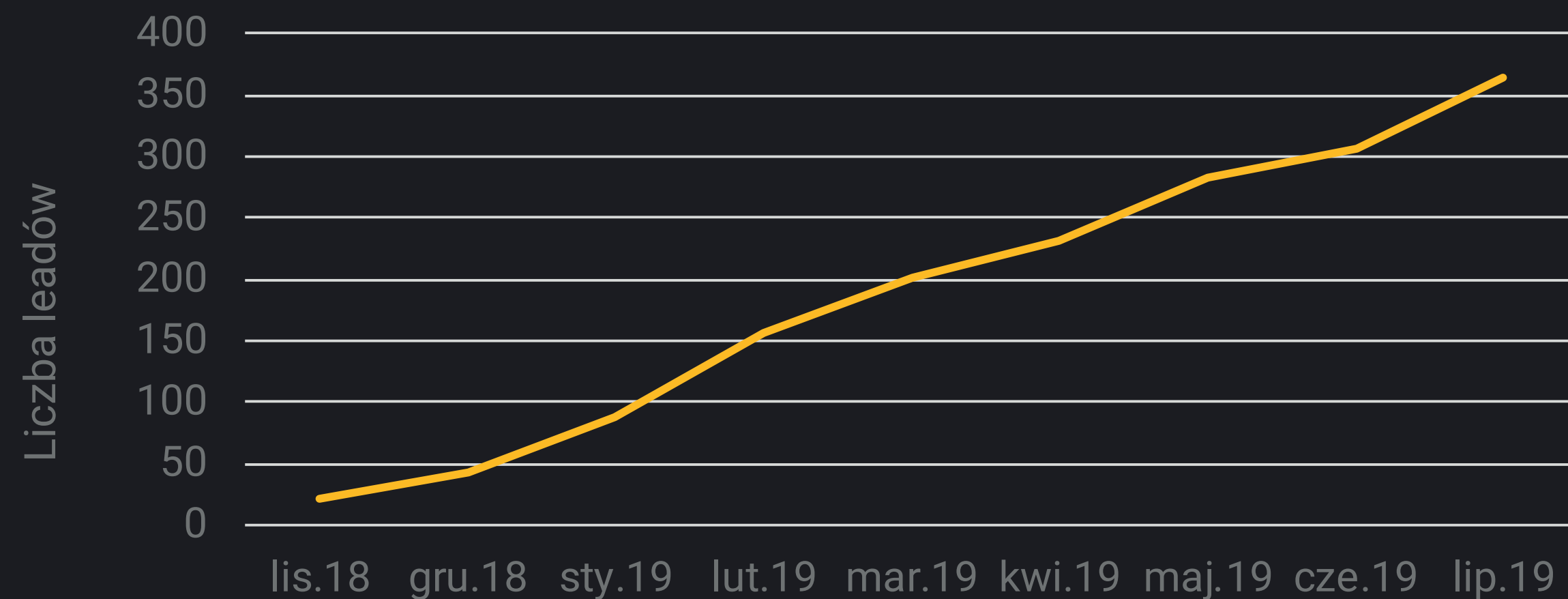
Open Rate

13%

Click Through Rate

# Wyniki

Użytkownicy mogą dołączyć do Społeczności Szefów Kuchni bezpośrednio w chatbocie, odpowiadając na profilujące pytania. Dane te eksportowane są jako leady bezpośrednio do CRM-u UFS w czasie rzeczywistym.



364  
osoby

Dane za okres: 19.11.2018 - 31.07.2019

# 16%

Udział w budżecie  
Lead Generation

# 32,83 zł

Średni CPL

# Podsumowanie

Naszym wspólnym wyzwaniem przy wdrożeniu leadbota była konieczność uzyskania odpowiedzi na sporą, jak na środowisko Messengera, liczbę pytań, by użytkownik mógł być sprofilowany jako lead wedle wytycznych naszej organizacji. Największą rolę odegrał w tym przypadku opracowany przez Bluerank przyjazny UX, który dzięki automatyzacji konwersacji sprawnie przeprowadza użytkownika przez proces rejestracji. Dostępność 24/7, interaktywność i spójność z komunikacją prowadzoną na profilu marki przez Bluerank, mają także niemałe znaczenie pod względem chęci użytkowników do korzystania z narzędzia.

Z punktu widzenia procesowego - mechanizm przypisywania leadów do przedstawicieli handlowych usprawnił i uspojnił naszą pracę. W efekcie, w popularnym interfejsie chatu pozyskujemy kontakty biznesowe, które przekładają się na budowanie relacji nie tylko na Messengerze, ale także w świecie rzeczywistym, z docelowym zamiarem konwersji do sprzedaży. To świetny przykład na budowanie kontaktu z klientem B2B przy wsparciu nowych technologii.

Chatbot opracowany przez Bluerank jest już pełnoprawną składową lead generation w naszej organizacji.

**Piotr Strzałkowski**  
**Digital Leader North Eastern Europe, Unilever Food Solutions**

