

DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8559/2024-7-5>

УДК 339.138:004.77

### **Кордзая Натела Ревазівна**

доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри маркетингу, підприємництва та торгівлі,  
Одеський національний технологічний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3429-0483>

## **МАРКЕТИНГОВІ МОЖЛИВОСТІ МЕСЕНДЖЕРУ WHATS APP ПРИ ПРОСУВАННІ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ НА РИНОК**

*У роботі розглянуто дані щодо популярності месенджерів у житті людини загалом й у маркетингу зокрема. Зроблено акцент на тому, що серед відомих у світі месенджерів, найбільш затребуваним серед населення світу є месенджер WhatsApp. Крім того, були розглянуті переваги використання WhatsApp у рекламних та маркетингових кампаніях бізнесу такі як підвищення обізнаності та залученості, проведення персоналізованих кампаній, робота з інфлюенсерами та готовими до співпраці споживачами, унікальні оголошення Click-to-WhatsApp, забезпечення перегляду без перешкод, підтримка клієнтів, автоматизація воронки продажів, отримання зворотного зв'язку, сегментування за інтересами, внутрішньокорпоративна комунікація. Були досліджені основні маркетингові інструменти месенджеру: статуси акаунтів, групові чати та розсилки. Детально проаналізований бізнес-акаунт месенджеру та його можливості для просування бізнесу. WhatsApp Business – це профіль компанії, створений у окремому додатку для зручного спілкування з клієнтами через месенджер, який дає змогу встановити чат-бота та має опцію преміум-підписки. Досліджено преміум-підписку, яка дає доступ до додаткових функцій, таких як верифікація акаунту (зелена галочка), створення вебсторінки WhatsApp з посиланням, що налаштовується, і детальною інформацією про компанію, підключення до 10 пристроїв до облікового запису, розподіл чатів за співробітниками та можливість визначити джерело повідомлення. Крім того, досліджено особливості WhatsApp Flows – спеціально налаштованих форм, які можна додавати в діалоги з клієнтами замість класичних форм швидкого запису або купівлі. З їх допомогою, наприклад, безпосередньо в чаті забронювати квиток на поїзд або літак, записатися на процедуру чи зустріч, замовити їжу з кафе та ресторану тощо. Висновки дослідження зосереджують увагу на тому, що месенджер WhatsApp може стати доволі ефективним інструментом інтернет-маркетингу для бізнесу за умови його вірного налаштування та використання.*

**Ключові слова:** месенджер, акаунт, рекламне оголошення, комунікація, залученість, клієнт.

### **Natela Kordzaia**

Odessa National Technological University

## **WHATSAPP MARKETING OPPORTUNITIES WHEN PROMOTING GOODS AND SERVICES TO THE MARKET**

*Data on the popularity of messengers in human life in general and in marketing in particular are discussed in the work. It is emphasized that among the world's famous messengers, the WhatsApp messenger is the most popular among the world's population. In addition, the benefits of using WhatsApp in business advertising and marketing campaigns were discussed, such as increasing awareness and engagement, running personalized campaigns, working with influencers and engaged consumers, unique Click-to-WhatsApp ads, providing seamless browsing, customer support, automation of the sales funnel, receiving feedback, segmentation by interests, intra-corporate communication. The main marketing tools of the messenger were investigated: account statuses, group chats and mailings. The messenger's business account and its opportunities for business promotion were analyzed in detail in the work. WhatsApp Business is a company profile created in a separate application for convenient communication with customers through the messenger, which allows to install a chatbot and has a premium subscription option. The Premium subscription, which gives access to additional features such as account verification (green tick), creation of a WhatsApp web page with a link, was also investigated. The Premium subscription is configured with detailed information about the company, connecting up to 10 devices to the account, dividing chats by employees and the ability to determine the source of the message. In addition, the features of WhatsApp Flows - specially configured forms that can be added to dialogues with customers instead of classic quick registration or purchase forms – were investigated. With*

*their help, for example, you can book a train or plane ticket directly in the chat, make an appointment for a procedure or meeting, order food from a cafe or restaurant, etc. The conclusions of the study focus attention on the fact that the WhatsApp messenger can become a fairly effective Internet marketing tool for businesses, provided it is correctly configured and used.*

**Keywords:** messenger, account, advertisement, communication, involvement, client.

**Вступ.** Сьогодні месенджери, або програми миттєвих повідомлень, стали невід'ємною частиною сучасного світу зв'язку, спілкування та маркетингу. За останні десятиліття вони перетворилися на могутні інструменти, що дозволяють людям легко спілкуватися, зберігаючи контакти з рідними та друзями, ділитися необхідною інформацією, ставати відомими, заробляти репутація та навіть продавати за їх допомогою товари та послуги.

З точки зору маркетингу, той факт що спілкування у месенджерах відбувається в режимі реального часу, а також їх сприймають як неформальний, особистий канал для комунікації, дозволяє швидко та ефективно вирішувати всі питання клієнтів. Це створює більш глибокі, довірливі стосунки з клієнтами та нарощує лояльну аудиторію. Популярними месенджерами на сьогодні є WhatsApp, Viber, Telegram та WeChat. Але найбільш затребуваним серед населення світу вже досить довгий час лишається саме WhatsApp.

**Матеріали та методи.** На сьогоднішній день, дослідженнями щодо використання месенджерів як ефективного інструмента маркетингу, сьогодні займається дуже обмежене коло науковців, як в Україні так й в світі. Серед вітчизняних науковців можна виділити роботи Семенюк С. [7] та Виноградової О.В. [1], серед іноземних науковців – це А. Гебель [11] та колектив вчених у складі С. Хак, Б. Васподо та Н. Нурьясін [12]. Всі ці вчені займалися вивченням особливостей та переваг використання месенджерів у якості інструменту інтернет-маркетингу загалом й доволі поверхнево, а ось щодо вивчення використання конкретно месенджеру WhatsApp, дослідження ведуться суто у професійних блогах діджитал-маркетологів.

**Метою статті** є вивчення можливостей месенджеру WhatsApp як інструменту месенджер-маркетингу при просуванні товарів та послуг на ринок.

Для досягнення поставленої мети слід вирішити наступні завдання:

- вивчити основні дані про месенджер WhatsApp;
- розглянути переваги використання месенджеру WhatsApp у рекламних та маркетингових кампаніях бізнесу;
- дослідити основні маркетингові інструменти месенджеру WhatsApp для просування товарів та послуг;
- детально проаналізувати бізнес-акаунт месенджеру WhatsApp (WhatsApp Business);

Отримані матеріали ґрунтуються на опрацюванні комплексу джерел, до якого увійшли фахові статті за тематикою дослідження, матеріали ЗМІ, офіційний блог месенджеру і, власне, сам месенджер WhatsApp та ін.

Наукові результати здобуті за допомогою використання емпіричних методів включеного спостереження, аналізу контенту, теоретичних методів термінологічного аналізу, структурно-функціонального, логічного

**Результати.** Месенджер WhatsApp – це популярна мобільна програма для смартфонів та планшетів на базі Android або iOS, що дозволяє обмінюватися безкоштовними повідомленнями, фотографіями та відео з іншими користувачами месенджера та здійснювати дзвінки через Інтернет [2]. Спочатку WhatsApp мав виступати альтернативою SMS, але його розвиток був швидким та доволі вдалим, тож сьогодні сервіс підтримує відправлення та отримання даних у різних форматах: повідомлення, фото, відео, документи, геопозиція та аудіодзвінки [4].

Щодо безпеки WhatsApp – вона максимальна. Компанія розуміє, що користувачі діляться дуже особистими моментами, і саме тому зробили наскрізне шифрування невід'ємною частиною програми [4].

Повідомлення WhatsApp мають базовий рівень відкриття 58 %, а рейтинг кліків маркетингових повідомлень становить близько 15 %. Так, компанії можуть розраховувати на коефіцієнт конверсії у 5 % [6]. Станом на січень 2024 року WhatsApp офіційно є найпопулярнішим глобальним мобільним месенджером у 63 зі 100 опитаних країн. Застосунок налічує два мільярди активних користувачів щомісяця, 90 % з яких користуються ним щоденно, відкриваючи його в середньому 22 рази на день [13].

Політика месенджера забороняє рекламні оголошення та банери. Однак, це прекрасний інструмент для прямого спілкування зі своїми споживачами. WhatsApp варто обирати, якщо компанія орієнтована на міжнародний ринок та шукає канал прямого контакту з подібними клієнтами, або засіб для комунікації між співробітниками [6].

Крім того, WhatsApp ідеально підходить для невеликих і середніх підприємств, які хочуть налагодити прямий і особистий контакт зі своїми клієнтами, консультувати і швидко відповідати на запити [6, 10].

Переваг використання WhatsApp у рекламних та маркетингових кампаніях бізнесу дуже багато. Розглянемо основні з них [6, 8, 9].

1. Підвищення обізнаності та залученості. З метою надання будь-якою інформації (контактні дані, місце розташування, графік роботи, а також короткий опис своїх продуктів та послуг) клієнтам, як вже існуючим так й потенціальним, компанії можуть створити спеціальний бізнес-профіль у WhatsApp. Це підвищує довіру та впізнаваність бренду. Використання інтерактивних функцій WhatsApp, таких як опитування, вікторини та конкурси, дає змогу компаніям збирати цінну інформацію та відгуки, водночас підвищуючи залученість клієнтів.

2. Проведення персоналізованих кампаній. WhatsApp дає змогу компаніям надсилати цільові повідомлення, що ґрунтуються на вподобаннях та поведінці клієнтів. Цю функцію можна використовувати для створення персоналізованих маркетингових кампаній. Інтеграція штучного інтелекту чат-ботів з WhatsApp дає змогу компаніям ще більше оптимізувати комунікацію, а також аналізувати вподобання, історію покупок клієнтів та їх поведінку в браузері, щоб пропонувати персоналізовані рекомендації щодо продуктів.

3. Робота з інфлюенсерами та готовими до співпраці споживачами. Використовуючи WhatsApp для обміну ексклюзивним контентом, проведення сесій питань та відповідей чи організації віртуальних заходів, компанії можуть співпрацювати з інфлюенсерами та послами бренду серед споживачів, тим самим охоплювати ширшу аудиторію та заробляти лояльність клієнтів. Чудовий приклад із реального життя: під час пандемії компанія Estée Lauder використовувала WhatsApp та інтегрований з ним ШІ чат-бот, щоб надавати клієнтам персоналізовані консультації з догляду за шкірою замість консультацій у магазині [10].

4. Унікальні оголошення Click-to-WhatsApp. Безперешкодна лідогенерація у WhatsApp забезпечується за рахунок інтеграції функції WhatsApp Click-to-Chat («Пряма бесіда») на веб-сайтах, у соціальних мережах та цифровій рекламі, що дає змогу потенційним клієнтам легко розпочати розмову. Дані оголошення створюють перехресний рекламний потенціал для бізнесу. Click-to-WhatsApp від Facebook об'єднує аудиторію Facebook та Instagram із компаніями у WhatsApp. Для бізнесу це означає більше потенційних клієнтів, а отже – більше продажів. Click-to-WhatsApp – це кнопки СТА (заклик до дії), вбудовані в оголошення Facebook або Instagram, які перенаправляють користувачів до чату WhatsApp. Саме тут потенційні клієнти можуть дізнатися більше про рекламований продукт/послуги та поспілкуватися безпосередньо з представником компанії [6]. Це працює наступним чином: потенційний клієнт бачить оголошення

продукту у своїй стрічці Facebook або Instagram. При натисканні користувач одразу переходить до чату бізнесу в WhatsApp. Так, клієнту не потрібно шукати додаткову інформацію чи заповнювати довгі контактні форми. Один клік – і зацікавлені користувачі вже спілкуються з продавцем, ставлять запитання про продукти чи послуги або навіть оформлюють замовлення [6, 10].

5. Забезпечення перегляду без перешкод. В обліковому записі WhatsApp Business Messaging можна створювати каталоги товарів, включаючи назву, ціну, опис, посилання на сайт і код товару, та QR-коди з можливістю налаштування відповідно до конкретного процесу продажів. Функція Collections («Колекції») допомагає компаніям сортувати каталоги за тематичним змістом. Наприклад, бренд одягу може надати клієнтам асортимент одягу та аксесуарів, що підходять для пляжу, весни чи різдвяних вечірок. Цими добірками можна ділитися в особистих бесідах з клієнтами, в трансльованих повідомленнях і групах, а також через чат-бот, що значно спрощує перегляд, підвищує залученість і конверсію продажів. Потенційні клієнти, які потрапляють на сторінку WhatsApp, можуть легко додати продукти до свого кошика після перегляду каталогу продуктів. Окрім цього, компанії можуть групувати товари у відповідні списки та надсилати їх покупцям.

6. Підтримка клієнтів. WhatsApp надає можливість надсилати клієнтам транзакційні повідомлення в режимі реального часу, такі як повідомлення про доставку, статуси доставки або очікуваний час прибуття. Такий проактивний підхід дає змогу інформувати клієнтів на кожному етапі, забезпечує прозорість і зміцнює довіру, покращуючи клієнтський досвід і скорочуючи кількість звернень до служби підтримки. Коли користувачі знають, що вони можуть миттєво зв'язатися з представником компанії, який відповість на усі запитання, це підсилює довіру до бренду та формує лояльність. Крім того, через WhatsApp можна інформувати клієнтів про програми лояльності або заохочувати підписуватися на розсилки, щоб користувачі залишалися на зв'язку з брендом. Також варто ділитися ексклюзивними пропозиціями або промокодами, організувати події (онлайн чи офлайн) та запрошувати на них клієнтів.

7. Автоматизація воронки продажів. Інтеграція WhatsApp чат-бота зі штучним інтелектом дає змогу компаніям взаємодіяти з потенційними клієнтами, збирати інформацію (контакти, бажання, відгуки), кваліфікувати ліди та надсилати повідомлення для відстеження замовлень у режимі реального часу. Чат-бот може ставити запитання, відповідати на питання клієнтів, надавати інформацію про продукт тощо. Ефективність чат-бота призводить до поліпшення клієнтського досвіду та підвищення коефіцієнта конверсії. Після продажу

WhatsApp також дає змогу здійснювати перехресні та додаткові продажі існуючим клієнтам.

8. Отримання зворотного зв'язку. На платформі WhatsApp можна проводити опитування та запити відгуків, що дає змогу клієнтам ділитися своєю думкою, надаючи цінну інформацію для підвищення якості продуктів, послуг та обслуговування, а також загальної задоволеності клієнтів.

9. Сегментування за інтересами. Групи WhatsApp можна створювати для певних сегментів або інтересів клієнтів, використовуючи їх як цінні платформи для залучення клієнтів і створення спільнот. Члени групи можуть ділитися своїм досвідом, ставити запитання, отримувати ексклюзивний контент і пропозиції, що дасть змогу скоротити ескалацію звернень до служби підтримки, звільняючи операторів для вирішення складніших проблем.

10. Внутрішньокорпоративна комунікація. Групи WhatsApp чудово підходять для внутрішньої комунікації, полегшення спільної роботи команди та інформування про перебіг проекту. Функція Broadcast («Трансляція») дає змогу розсилати корпоративні оголошення, оновлення політики компанії та повідомлення з визнанням заслуг співробітників для створення відчуття згуртованості та спільних цілей. Крім того, WhatsApp можна використовувати для комунікації з кандидатами в процесі найму персоналу, обміну навчальними матеріалами планування співбесід та обміну документацією, відео-вступами та презентаціями. Віртуальні адаптаційні сесії через WhatsApp дають змогу новим співробітникам спілкуватися зі своїми командами, ставити запитання, отримувати доступ до стартових документів і підписувати їх.

Ще одним інструментом маркетингу у WhatsApp можна вважати статуси акаунтів. За статистичними даними, понад 450 мільйонів користувачів у всьому світі переглядають статуси. Статуси в WhatsApp представляють свого роду сторіс, які публікуються на 24 години, після чого видаляються. У статус можна завантажувати зображення і навіть відеоролики. Даний метод просування чудово підходить для тимчасового контенту, наприклад, презентації нових товарів, актуальних комерційних пропозицій та тимчасових акцій [5].

Групові чати даного месенджера обмежені, але є достатніми для просування товарів або послуг деяких напрямків малого та середнього бізнесу. WhatsApp як майданчик, що продає підходить тим бізнесам, які будують стратегію свого розвитку за рахунок створення індивідуального підходу до кожного клієнта, зосереджуючись більше на якості, а не на кількості [5].

У WhatsApp існує додаткова опція для просування бізнесу – WhatsApp Business. Бізнес-акаунт WhatsApp – це профіль компанії, створений у окремому додатку для зручного спілкування з клієнтами через месенджер – WhatsApp Business.

Наявність бізнес-акаунту спростить та прискорить взаємодію з великою аудиторією [9]. WhatsApp Business і звичайний профіль не можна зареєструвати на один і той самий номер. Якщо на пристрої вже встановлено стандартну версію WhatsApp, програма запропонує використовувати той номер, до якого прив'язаний обліковий запис. У цьому випадку історія чатів та медіафайли будуть автоматично перенесені до WhatsApp Business. Але – якщо номери різні – їх можна використовувати паралельно на одному пристрої [9].

У WhatsApp Business є можливість верифікувати свої облікові записи: підтверджений оригінальний профіль відзначається зеленим значком із галочкою. Бізнес-акаунт дає змогу встановлювати автоматичні відповіді, що спрощує обробку повідомлень і надає клієнтам швидку відповідь. WhatsApp чат-бот може відповідати на запитання клієнтів, розв'язувати проблеми і надавати інформацію, створювати розсилки повідомлень про новинки, знижки та інші маркетингові кампанії, збирати дані про клієнтів (інтереси, потреби та досвід) для А також є можливість відстежувати статистику повідомлень, сприйняття та відкриття повідомлень, що допомагає в аналізі ефективності комунікації.

Також WhatsApp Business пропонує premium-підписку, яка дає доступ до додаткових функцій. Серед інструментів платної підписки [9]:

- верифікований акаунт, позначений зеленою галочкою;
- створення вебсторінки WhatsApp з посиланням, що налаштовується, і детальною інформацією про компанію;
- підключення до 10 пристроїв до облікового запису;
- розподіл чатів за співробітниками та можливість визначити джерело повідомлення – конкретний пристрій або менеджера.

Бізнес-акаунт WhatsApp має бути підключеним до облікового запису Facebook. Це можна зробити у налаштуваннях бізнес-сторінки Facebook. А запуск реклами у WhatsApp здійснюється через Facebook Ads Manager.

Крім того, вже створені WhatsApp Flows. Це налаштовувані форми, які можна додавати в діалоги з клієнтами, які можуть стати аналогом класичних форм швидкого запису/купівлі. Тепер потенційному клієнту не доведеться ходити веб-ресурсами із заплутаною навігацією, а безпосередньо в чаті забронювати квиток на поїзд або літак, записатися на процедуру чи зустріч, замовити їжу з кафе та ресторану тощо. Для цього знадобиться заповнити коротку форму, зазначивши у відповідних рядках свої дані [3].

**Висновки.** Таким чином на основі вивчення основних даних про месенджер WhatsApp, його переваг для просування бізнесу, його основних

маркетингових інструментів та додаткових опцій, можна говорити про те, що WhatsApp може стати доволі ефективним інструментом інтернет-маркетингу для бізнесу за умови його вірного налаштування та використання. Адміністрація

месенджеру постійно оновлює й адаптує додаток до сучасних умов та реалій, розробляє нові опції, розширюючи функціонал, що робить WhatsApp доволі перспективним в плані маркетингових можливостей.

### Література:

1. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І., Дарчук В. Г. Можливості месенджер-маркетингу для просування товарів та послуг в інтернеті. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2020. № 1. URL: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2379>
2. Кордзая Н. Р. Основи інтернет-маркетингу. Частина 2 : навчальний посібник. Херсон : Олді-плюс, 2018. 164 с.
3. Останні оновлення WhatsApp для бізнесу, які посилять вашу розсилку. URL: <https://decisiontele.com/uk/news/latest-WhatsApp-business-updates-will-strengthen-your-messaging.html>
4. Про WhatsApp. URL: <https://www.whatsapp.com/about?lang=uk>
5. Просування бізнесу в WhatsApp: кому підійде, методи просування. URL: <https://mavr.ua/ua/prodvizheniye-v-WhatsApp/>
6. Реклама у WhatsApp для бізнесу: гайд із створення та налаштування оголошень. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/reklama-u-WhatsApp-dlya-biznesu-gajd-iz-stvorenniya-ta-nalashuvannya-ogoloshen/>
7. Семенюк С. Месенджер-маркетинг як новий рівень комунікації з клієнтом. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2021. Вип. 2 (25). URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21ssbkzk.pdf>
8. Як використовувати WhatsApp для бізнесу. URL: <https://varosh.com.ua/biznes/yak-vykorystovuvaty-WhatsApp-dlya-biznesu>
9. Як створити та налаштувати бізнес-акаунт WhatsApp. URL: <https://sendpulse.ua/blog/how-to-setup-WhatsApp-business-account>
10. WhatsApp для бізнесу: 12 сценаріїв використання в маркетингу, продажах, підтримці клієнтів та HR. URL: <https://www.gms.net/uk/blog/WhatsApp-12-use-cases-for-marketing-sales-and-hr/>
11. Gebel A. Messenger Marketing. *Social Media im Tourismusmarketing, Wie Urlaubsanbieter in sozialen Medien Sichtbarkeit und Direktbuchungen steigern*. 2020. P. 197–203. URL: <https://cutt.ly/obKEsxe>
12. Haq S., Waspodo B., Nuryasin N. Chatbot: Reservasi Restoran Online pada Facebook Messenger. *Applied Information Systems and Management (AISM)*. 2021. Vol. 4 (1). P. 23–30. URL: <http://103.229.202.71/index.php/aism/article/view/19765/pdf>
13. WhatsApp Statistics. URL: <https://analyzify.com/statsup/whatsapp>

### References:

1. Vynogradova O. V., Drokina N. I., Darchuk V. H. (2020). Mozhyvosti mesendzher-marketynhu dlia prosvannia tovariv ta posluh v interneti [Possibilities of messenger marketing for promoting goods and services on the Internet]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes – Economy. Management. Business*. № 1. Available at: <http://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2379>
2. Kordzaia N. R. (2018). Osnovy internet-marketynhu. Chastyna 2: navchalnyi posibnyk [Basics of internet marketing. Part 2: study guide]. Kherson: Oldi-plus, 164 s.
3. Latest WhatsApp for Business Updates that will boost your messaging. Available at: <https://decisiontele.com/uk/news/latest-WhatsApp-business-updates-will-strengthen-your-messaging.html>
4. About WhatsApp. Available at: <https://www.whatsapp.com/about?lang=uk>
5. Business promotion in WhatsApp: who is suitable, methods of promotion. Available at: <https://mavr.ua/ua/prodvizheniye-v-WhatsApp/>
6. WhatsApp Ads for Business: A Guide to Creating and Setting Up Ads Available at: <https://web-promo.ua/ua/blog/reklama-u-WhatsApp-dlya-biznesu-gajd-iz-stvorenniya-ta-nalashuvannya-ogoloshen/>
7. Semeniuk S. (2021). Mesendzher-marketynh yak novyi riven komunikatsii z kliientom [Messenger marketing as a new level of communication with the client]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava – Socio-economic problems and the state*. No. 2 (25). Available at: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21ssbkzk.pdf>
8. How to use WhatsApp for business. Available at: <https://varosh.com.ua/biznes/yak-vykorystovuvaty-WhatsApp-dlya-biznesu>
9. How to create and set up a WhatsApp business account. Available at: <https://sendpulse.ua/blog/how-to-setup-WhatsApp-business-account>
10. WhatsApp for Business: 12 Use Cases for Marketing, Sales, Customer Support and HR. Available at: <https://www.gms.net/uk/blog/WhatsApp-12-use-cases-for-marketing-sales-and-hr/>
11. Gebel A. (2020). Messenger Marketing. *Social Media im Tourismusmarketing, Wie Urlaubsanbieter in sozialen Medien Sichtbarkeit und Direktbuchungen steigern*. P. 197–203. Available at: <https://cutt.ly/obKEsxe>
12. Haq S., Waspodo B., Nuryasin N. (2021). Chatbot: Reservasi Restoran Online pada Facebook Messenger. *Applied Information Systems and Management (AISM)*. Vol. 4 (1). P. 23–30. Available at: <http://103.229.202.71/index.php/aism/article/view/19765/pdf>
13. WhatsApp Statistics. Available at: <https://analyzify.com/statsup/whatsapp>