

Студ. А.А. Прохоренко  
Науч. рук. ст. преп. В.А. Усевич  
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

## **ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ**

Сегодня современные технологии активно развиваются и совершенствуются, цифровизация охватывает практически все сферы жизни и предполагает автоматизацию и упрощение различных процессов. В современный маркетинг системы искусственного интеллекта активно внедряются как один из важнейших цифровых продуктов.

Искусственный интеллект – это способность компьютера обучаться, принимать решения и выполнять действия, свойственные человеческому интеллекту [1]. Инструменты с встроенным искусственным интеллектом маркетологам помогают структурировать и ранжировать данные. Например, он может определить какие услуги и товары релевантны для целевого потребителя; промежуток дня, в которое пользователь совершает покупки, интересы и Tone of voice коммуникации. С помощью Big Data допускаются прогнозы, это одна из важнейших областей использования искусственного интеллекта.

Наибольшее применение инструменты с искусственным интеллектом нашли в digital-маркетинге. Его алгоритмы точнее и быстрее обрабатывают большие объемы данных, объективнее оценивают информацию и точнее прогнозируют развитие событий.

На данный момент определены несколько основных сфер применения ИИ в маркетинге [2]:

- Автоматизировать ежедневные рутинные задачи.
- Персонализировать предложения.
- Прогностическая аналитика (прогнозирование бюджетов, сегментация клиентов, выявление скрытого потенциала);
- Способ коммуникации (общение с клиентом);
- Генерация контента (создание изображений, видеороликов и текстов).

Рассмотрим различные способы использования искусственного интеллекта в маркетинге. Один из способов применения искусственного интеллекта в маркетинге – создание сервисов для автоматического написания новостей, отчетов, заполнения товарных карт в интернет-магазинах и др. Эта технология создает текст на основе существующих шаблонов, заполняя форму соответствующими словами, выражениями и изображениями. Такими технологиями пользуются новостные издания и онлайн-магазины, например, The Washington

Post, Tmall, Taobao и другие [3]. Еще один способ использования искусственного интеллекта в маркетинге – это подбор релевантных предложений на основе анализа потребительских предпочтений. Суть такого подхода заключается в том, что алгоритмы приложений и веб-сайтов отслеживают самые популярные продукты, услуги или контент среди определенных пользователей, чтобы предлагать больше комбинаций продуктов, отвечающих их требованиям, стимулировать продажи [3].

Например, сервисы Spotify, Яндекс Музыка и VK Music благодаря ИИ предлагают пользователям персональные плейлисты, опираясь на часто прослушиваемую музыку конкретного пользователя [1].

Видеохостинг YouTube всегда предоставляет персональные рекомендации на основе видео, которые пользователь посмотрел ранее.

Маркетплейсы Ozon и Wildberries также используют искусственный интеллект для создания персонализированных рекламных предложений для клиентов на веб-сайте или в приложении на основе их истории покупок. Однако это не все возможности искусственного интеллекта. Сегодня появляется все больше различных вариаций его использования. Например, ИИ можно использовать в качестве виртуального стилиста. По заданным параметрам человека и по его предпочтениям он может предлагать образы путем предложения вариантов товаров от разных поставщиков. Также в самих магазинах могут стоять зеркала дополненной реальности, с помощью которых можно примерить различную желаемую одежду в пару кликов. Такой технологией активно пользуется в своих европейских магазинах Tommy Hilfiger.

Можно сделать вывод о том, что ИИ на данном этапе развития позволяет повысить эффективность компании, прогнозировать поведение потребителей, что необходимо для поддержания продаж, освободить сотрудников от множества рутинных задач и улучшить финансовые показатели.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Электронный источник – Режим доступа: <https://goo.su/uzpTjo4> – Дата доступа – 10.04.2023.
2. Электронный источник – Режим доступа: <https://goo.su/t2OpCFa> Дата доступа – 10.04.2023
3. Электронный источник – Режим доступа: <https://goo.su/CESzrm> – Дата доступа – 10.04.2023.