

УДК 339.138

АКТУАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В МАРКЕТИНГЕ**А.С. ШКРАБО****(Представлено: Е.С. ПОТРОСОВА)**

В настоящее время существует много маркетинговых инструментов, которые помогают специалистам и упрощают их работу. Одним из таких инструментов является искусственный интеллект (ИИ), в статье будет рассмотрена актуальность его использования в маркетинге. Благодаря использованию ИИ компании способны значительно повысить эффективность и производительность труда.

Последние несколько лет многие компании активно используют информационные технологии, а именно искусственный интеллект, для упрощения работы с огромным количеством данных, а также для коммуникации со своей целевой аудиторией. Причиной этому является усиление конкуренции, что побуждает искать другие инструменты для привлечения потребителей.

Искусственный интеллект (artificial intelligence – AI) – интеллект, демонстрируемый машинами, в отличие от интеллекта естественного, присущего людям и животным [1, с. 46].

Искусственный интеллект (ИИ) – это математическая структура, имитирующая определенные аспекты работы человеческого мозга и демонстрирующая такие его возможности, как способность к неформальному обучению, обобщению и кластеризации неклассифицированной информации, прогнозированию. Для ИИ не нужна заранее известная модель, поскольку он сам строит ее только на основе предьявленной информации. Таким образом, он применяется в сферах, где нужно решать задачи прогнозирования и классификации [2, с. 107].

Главная задача ИИ – обработка образов. В то же время искусственный интеллект используется для извлечения скрытых в больших массивах информации закономерностей. Если между входными и выходными данными существует какая-то связь, то искусственный интеллект способен автоматически настроиться на нее с заданной степенью точности. ИИ позволяет оценивать сравнительную важность различных видов входной информации.

Искусственный интеллект занимает важное место в маркетинге. По оценкам размер мирового рынка искусственного интеллекта в маркетинге составил 13,51 млрд долларов в 2021 году, 17,46 млрд долларов в 2022 году и вырастет до 48,91 млрд долларов в 2026 году [7]. Толчком для дальнейшего применения ИИ в маркетинге было появление новых технологий для автоматизированных и интегрированных бизнес-моделей.

Чат-боты, таргетированная и контекстная рекламы – элементы искусственного интеллекта, которые активно применяются в современном маркетинге. В настоящее время множество пользователей переходит из привычных социальных сетей в мессенджеры из-за огромного количества информации, что способствует появления информационного «шума». Следовательно, компании трансформируют маркетинговые каналы с целью повысить эффективность взаимодействия с целевой аудиторией. Чат-боты в этой ситуации стали более, чем актуальны в бизнесе и превращаются в работающий маркетинговый инструмент, который востребован в маркетинговой практике компаний. Бот - это программа, которая взаимодействует с приложением пользователя через API (Application Programming Interface), получает от него данные и запросы и преобразует их в полезную для него информацию [6]. Программа управляет заданными алгоритмами, при этом пользователь взаимодействует с ней, используя диалоговое окно.

Существует множество вариантов использования чат-ботов: продажи, сбор обратной связи (опросники), букинг и резервирование, клиентская поддержка.

Немалое количество чат-ботов в просторах интернета позволяет разделить их на два вида, представленные в таблице 1.

Таблица 1. – Виды ботов

№	Вид	Пояснение
1	Ограниченные	Боты, которые отвечают на минимальное количество фраз и делают это только при точном совпадении запросов
2	Саморазвивающиеся	Бот, или «искусственная нейронная сеть», которая при диалоге с клиентом самообучается и может улавливать контекст разговора

Источник: [4].

Таким образом чат-боты помогают компаниям решить маркетинговые задачи в следующих направлениях.

1. Открывают дополнительный маркетинговый канал для коммуникации с целевой аудиторией, продвижения продуктов и привлечения лидов.
2. Автоматизируют коммуникацию, благодаря чему повышается уровень качества работы клиентского сервиса – большинство рутинных операций и типичных вопросов может решить бот в режиме 24/7, а менеджеры разбираются с нетипичными, сложными ситуациями.
3. Улучшают клиентский опыт, повышают вовлеченность и лояльность аудитории [5].

Помимо ботов, отмечается применение генеративного ИИ в маркетинге. Генеративный искусственный интеллект - тип машинного обучения, который использует нейронные сети для создания нового контента, в частности изображений, видео, аудио и текста [7]. Работа генеративного ИИ заключается в использовании существующей информации для создания чего-то нового. К примеру, популярность набирает ИИ, создающий новые изображения, для создания которого пользователю нужно лишь описать детали (сочетание цветов или стиль). Однако возник вопрос среди художественного сообщества: насколько рационально использовать ИИ для создания изображений и не обесценится ли работа художников в будущем из-за уменьшения количества заказов. К генеративному ИИ следует отнести известный многим ChatGPT, который возник из базовых моделей – крупномасштабных моделей глубокого обучения, обученных на массивных, обширных, неструктурированных наборах данных (таких как текст и изображения), которые охватывают множество тем [3].

Использование искусственного интеллекта в маркетинге обуславливается множеством преимуществ.

1. Автоматизация. ИИ может работать с автоматизацией маркетинга, чтобы обеспечить преобразование данных в решения и положительно повлиять на результаты бизнеса. Кроме того, ИИ способен генерировать и оптимизировать контент в форматах электронной почты.
2. Минимизация ошибок. Человек как существо биологическое способно совершать ошибки, в отличие от ИИ, который исключает такую вероятность, поскольку он направлен на то, чтобы избежать человеческого вмешательства. Помимо ошибок, ИИ – это гарантия безопасности данных.
3. Эффективность работы. ИИ используется контент-менеджерами для копирайтинга и создания тематических строк электронной почты автоматически, что ускоряет процесс выполнения работы.
4. Экономия затрат. С помощью искусственного интеллекта компания может избавиться от лишних затрат, используя его для выполнения повторяющихся задач. А также благодаря ИИ расходы на наем сотрудников могут значительно сократиться.
5. Значительная рентабельность инвестиций. Искусственный интеллект используется маркетологами для получения большей информации о клиентах. Особенно ИИ помогает для анализа запросов в поисковиках: что больше всего интересует целевую аудиторию.

Таким образом, искусственный интеллект стал отличным маркетинговым инструментом, который в последующем сможет повлиять на изменение маркетинга в целом. Благодаря использованию ИИ компании способны быстро и эффективно работать с большим количеством информации, создавать новый контент, а также общаться с клиентами и получать обратную связь, сокращая свои затраты и время. Помимо перечисленного, эффективное использование ИИ поможет компаниям не только совершенствовать управление маркетингом, но и повышать лояльность своей аудитории.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акулич, М. Искусственный интеллект и маркетинг: цифровая книга / М. Акулич. – М.: Издательские решения, 2018. – С. 43-57.
2. Данько, Т.П. Системы искусственного интеллекта в разработке корпоративных маркетинговых стратегий / Т. П. Данько, М. А. Ходимчук // Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». – 2000. – №5. – С. 106-110.
3. Долженко, И.Б. ChatGPT и потенциал применения генеративного искусственного интеллекта в маркетинге / И. Б. Долженко // Электронный научный журнал «Вектор экономики». – 2023. – №4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2023/4/marketingandmanagement/Dolzhenko2.pdf>. – Дата доступа: 15.08.2023.
4. Жестков, Н. Чат-бот: 4 наших примера + инструкция для внедрения / Н. Жестков // Маркетинговое агентство In-scale [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://in-scale.ru/blog/chat-bot-novaya-fishka-dlya-vashego-biznesa>. – Дата доступа: 15.08.2023.

5. Пошлите ваших клиентов к ботам. Как и зачем использовать чат-ботов в бизнесе? [Электронный ресурс] // Marketing Gamers. – Режим доступа: <https://marketinggamers.com/chat-botyi/>. – Дата доступа: 15.08.2023.
6. Родионов, А. В чем польза от чат-бота? / А. Родионов // Executive.ru. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-executive.ru/management/marketing/1986791-v-chem-polza-ot-chat-bota>. – Дата доступа: 15.08.2023.
7. Artificial Intelligence In Marketing Global Market Report 2022: Increasing Adoption of Virtual Assistants Drives Growth // GlobeNewswire [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/09/22/2520780/28124/en/Artificial-Intelligence-In-Marketing-Global-Market-Report-2022-Increasing-Adoption-of-Virtual-Assistants-Drives-Growth.html>. – Дата доступа: 15.08.2023.
8. Cole, E. Short The artificially intelligent entrepreneur: ChatGPT, prompt engineering, and entrepreneurial rhetoric creation / Cole, E. Short, Jeremy C. Short // ScinceDirect [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2352673423000173?via%3Dihub>. – Дата доступа: 15.08.2023.