

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В МАРКЕТИНГЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИЙ

Красева О.Ю. (Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»)

Научный руководитель – к.э.н., доцент Дзензелиук Н.С. (Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»)

Аннотация. В статье затронут вопрос эффективности использования искусственного интеллекта в бизнесе в сфере маркетинга. Рассмотрены способы применения искусственного интеллекта в маркетинге и барьеры его применения.

Введение. На сегодняшний день искусственный интеллект (далее - ИИ) проник во многие сферы деятельности человека: медицина, система правосудия, образование, национальная безопасность, системы городов и т.д. Катализатором цифровизации организаций послужила пандемия COVID-19 – у компаний появилась потребность перехода в цифровой формат для того, чтобы адаптироваться к новым реалиям рынка – остаться на нем конкурентоспособными. Благодаря этому появилось множество digital-инструментов, которые повышают эффективность работы компаний, особенно в сфере маркетинга. В настоящее время практически каждая вторая компания использует интеллектуальные системы в маркетинге для того, чтобы улучшить взаимодействие с покупателем.

Одной из главных задач, которую решает искусственный интеллект – автоматизация маркетинга: генерация лидов, их оценка и удержание клиентов. Это помогает маркетологам выявлять потенциальных клиентов и взаимодействовать с ними так, чтобы с наибольшей вероятностью потребитель заметил компанию.

После того, как потребитель обратил внимание на компанию ИИ помогает «удержать» клиента – ИИ выполняет задачу по разработке персонализированных подходов: технология искусственного интеллекта создает профиль клиента на основе данных, собранных из его истории покупок. Далее маркетологи могут продвигать целевую рекламу, предложения и новые продукты, которые будут соответствовать их вкусам, что помогает повысить вовлеченность, конверсию и, в конечном итоге, рентабельность инвестиций в маркетинг.

Еще одну функцию, которую выполняет искусственный интеллект – предиктивная аналитика и прогнозирование. Предиктивная аналитика использует данные о прошлых взаимодействиях с клиентами, чтобы предсказать, какие действия они могут предпринять в следующий раз, что помогает спрогнозировать бизнес-показатели, например, как доход.

Несмотря на то, что существуют множество успешных кейсов по внедрению ИИ-решений в организации, руководители сталкиваются с этическими проблемами применения ИИ, а также с проблемой недоверия к предлагаемым решениям и с вопросом безопасности хранения данных пользователей. Наблюдается цифровой разрыв в использовании ИИ небольшими и крупными компаниями.

Основная часть. Несмотря на активное использование ИИ-решений, достаточно важной сдерживающей «силой» его применения является «страх» использования новых цифровых решений при принятии важных управленческих решений.

Так, одним из инструментов развития и внедрения ИИ-решений в малом предпринимательстве может стать грантовая поддержка государства не только в разработке решений, но и переподготовка кадров для малого и среднего бизнеса, что может сократить цифровой разрыв между крупным и малым бизнесом. Важным шагом в данном направлении является федеральный проект «Цифровые кафедры», способствующий быстрому осознанному вовлечению молодежи в цифровую бизнес-среду.

Еще одним способом может являться создания платформ или расширение сферы деятельности существующих центров поддержки предпринимательства для помощи бизнесу по выбору готовых

инструментов и подходов внедрения ИИ в маркетинге. Политика открытости и доступности инновационных решений может повлиять на переосмысление страхов использования искусственного интеллекта не только сотрудников компаний, но и пользователей. А также центры могут стать инструментами продвижения отечественных разработчиков и продвинуть их на рынке.

Выводы. Таким образом, можно считать государство ключевым звеном во взаимодействии ИИ с субъектами малого предпринимательства для преодоления цифрового барьера. Не все решения бизнеса, связанными с внедрением искусственного интеллекта принесут пользу малым предприятиям, но решения, связанными с внедрениями ИИ-решений в маркетинге, с большей вероятностью окупятся при взаимодействии с квалифицированными кадрами.

Искусственный интеллект в маркетинге – ключ для лучшего понимания клиентов. Собирая и анализируя социальные, поведенческие паттерны и данные о продажах, появляется возможность лучше предвидеть потребности клиентов. Для маркетологов использование ИИ – удобный инструмент для оценки эффективности рекламных кампаний, начиная с массовых рассылок и заканчивая отдельными сообщениями в социальных сетях. Благодаря возможностям искусственного интеллекта специалисты могут использовать большие массивы данных для оптимизации своей системы измерений в соответствии с целями и показателями, важными для бизнеса.

Список использованных источников:

1. Искусственный интеллект, машинное обучение, нейросети, глубокое обучение: разбор [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://droider.ru/post/iskusstvennyj-intellekt-mashinnoe-obuchenie-nejroseti-glubokoe-obuchenie-razbor-13-03-2022/> (дата обращения 04.01.2023)
2. Как искусственный интеллект меняет мир [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.brookings.edu/research/how-artificial-intelligence-is-transforming-the-world/> (дата обращения 04.01.2023)
3. Искусственный интеллект в маркетинге: где его используют и как внедрить уже завтра [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/marketing/iskusstvennyy-intellekt-v-marketinge-gde-ego-ispolzuyut-i-kak-vnedrit-uzhe-zavtra/> (дата обращения 04.01.2023)
4. 7 способов, как искусственный интеллект в маркетинге может навсегда изменить ваш бизнес [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://delovoyimir.biz/7-sposobov-kak-iskusstvennyy-intellekt-v-marketinge-mozhet-navsegda-izmenit-vash-biznes.html> (дата обращения 04.01.2023)
5. 10 artificial intelligence statistics you need to know 2022 [infographic] [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.oberlo.com/blog/artificial-intelligence-statistics> (дата обращения 05.01.2023)
6. Искусственный интеллект поможет решить задачи малого бизнеса [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rg.ru/2022/09/21/sovetsnik-na-cifrovyyh-nachalah.html> (дата обращения 05.01.2023)
7. Преодоление рисков искусственного интеллекта: анализ и рассеивание опасений, угрожающих дальнейшему развитию ИИ бизнеса [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://roscongress.org/materials/preodolenie-riskov-iskusstvennogo-intellekta-analiz-i-rasseivanie-opaseniya-ugrozhayushchikh-dalneyshy/> (дата обращения 07.01.2023)
8. Проверка на совместимость: искусственный интеллект в малом бизнесе [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/u/348258-kompyuterra/410564-proverka-na-sovmestimost-iskusstvennyy-intellekt-v-malom-biznese> (дата обращения 08.01.2023)
9. The state of AI in 2021 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/global-survey-the-state-of-ai-in-2021> (дата обращения 08.01.2023)

Красева О.Ю. (автор)

Дзензелюк Н.С. (научный руководитель)