

АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА РЕШЕНИЙ НА БАЗЕ
ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В CRM-СИСТЕМАХ

Сазонова К.А. (ИТМО),

Научный руководитель – кандидат технических наук, Русак А.В. (ИТМО)

Введение. Современная бизнес-среда стремительно развивается, и в этом контексте использование систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) становится критически важным для компаний. В частности, внедрение и использование искусственного интеллекта (ИИ) в CRM-системах начинает играть все более существенную роль. Искусственный интеллект демонстрирует потенциал в оптимизации взаимодействия с клиентами, автоматизации процессов и получении ценной информации.

Основная часть. Подробно рассматривая внедрение и использование искусственного интеллекта в CRM-системах, можно выделить несколько важных аспектов. Во-первых, ИИ демонстрирует способность анализировать данные о поведении клиентов, что позволяет добиться более глубокого понимания потребностей и предпочтений клиентов. Это в свою очередь способствует созданию более персонализированных продуктов и услуг. Во-вторых, автоматизация процессов через использование ИИ позволяет существенно повысить эффективность работы CRM-систем, освобождая сотрудников от рутинных задач и улучшая общее качество обслуживания клиентов [1]. Другим важным моментом является применение ИИ для прогнозирования и оптимизации деятельности отделов продаж и маркетинга [2]. Алгоритмы машинного обучения могут помочь в выявлении тенденций и предсказании поведения клиентов, что в итоге позволяет принимать более обоснованные стратегические решения. Кроме того, в современном мире, где данные становятся все более критическим ресурсом, искусственный интеллект в CRM-системах может быть использован для анализа больших объемов информации и выявления важных закономерностей, что помогает компаниям быстрее реагировать на изменения на рынке. Дополнительно к рассмотренным фактам, существует ряд объективных данных, подтверждающих актуальность применения искусственного интеллекта в CRM-системах. Например, прогнозируется, что объем инвестиций в стартапы в области искусственного интеллекта к 2023 году достигнет \$50 миллиардов. Кроме того, более 35% организаций планируют инвестировать в искусственный интеллект в 2024 году, что еще раз подчеркивает растущую значимость этой области. Более чем 40% от общих ИТ-расходов на инициативы, связанные с искусственным интеллектом, будут тратить 2000 крупнейших компаний мира в 2025 году [3]. Эти факты свидетельствуют о стабильном росте интереса к искусственному интеллекту и подтверждают актуальность его применения в области управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).

Выводы. В свете быстрого развития технологий и повышения конкурентной борьбы, направление использования искусственного интеллекта в CRM-системах становится все более актуальным. Это открывает новые перспективы для улучшения взаимодействия с клиентами и повышения операционной эффективности для предприятий.

Список использованных источников:

1. «McKinsey Quarterly. Prediction: The future of CX» [Электронный ресурс] : <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/prediction-the-future-of-cx>. Дата доступа: 21.11.2023 г.
2. E. Bilgic, M. Kantardzic, and O. Cakir, “Retail Store Segmentation for Target Marketing,” *Advances in Data Mining: Applications and Theoretical Aspects*, pp. 32–44, 2015.
3. «Искусственный интеллект (мировой рынок)». TAdviser [Электронный ресурс] : [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Искусственный_интеллект_\(мировой_рынок\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Искусственный_интеллект_(мировой_рынок)) . Дата доступа: 09.01.2024 г