

УДК 006.072.5

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОМНИКАНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЯХ МОДНЫХ БРЕНДОВ

Хилько В.А. (ИТМО)

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент Гаврилюк Е.С. (ИТМО)

Введение. Использование искусственного интеллекта набирает обороты во всех направлениях деятельности и сфера моды – не исключение. Нейросети прочно входят в обиход бизнеса, помогая специалистам не только облегчить себе работу, закрывая рутинные процессы, но и позволяя проводить более качественную аналитику, что, конечно, позитивно сказывается на аспектах стратегической деятельности компании. В сфере моды много нюансов и вопросов, решение которых делает возможным искусственный интеллект. В данной работе изучена практика применения искусственного интеллекта модными брендами в своих стратегиях, а также проанализированы аспекты, которые позволяют улучшить взаимодействие с клиентами бренда и оптимизировать бизнес-процессы [1].

Основная часть. В условиях цифровизации и глобализации модные бренды сталкиваются с необходимостью адаптации к быстро меняющимся предпочтениям потребителей. Омниканальные стратегии, включающие использование различных каналов взаимодействия с клиентами, становятся ключевым элементом успешного бизнеса [2]. Искусственный интеллект играет в этом процессе важную роль, предоставляя инструменты для анализа больших данных, персонализации и кастомизации клиентского маркетинга, автоматизации маркетинговых кампаний, управлении персоналом, жизненным циклом продукта и логистикой. Реализация технологий искусственного интеллекта в стратегии модных брендов позволяет создать устойчивую конкурентную позицию на рынке [3].

Выводы. Проанализированы возможности использования искусственного интеллекта в стратегиях модных брендов, предложены рекомендации к внедрению и применению нейросетей в различных бизнес-процессах организации сферы моды и оценка эффективности данных мероприятий.

Список использованных источников:

1. Малахова Александра Сергеевна Искусственный интеллект в модной индустрии: медиакультурологический аспект // Вестник СПбГИК. 2024. №1 (58).
2. Щелик Софья Юрьевна, Солдатова Анастасия Владимировна ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ГЕНЕРАТИВНОГО ДИЗАЙНА В БРЕНДИНГЕ // Практический маркетинг. 2024. №7.
3. Трегубов Владимир Николаевич Перспективные направления исследований использования генеративного искусственного интеллекта в маркетинге // International Journal of Open Information Technologies. 2024. №5.