

УДК [378.016+001]:004.9

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В DIGITAL-МАРКЕТИНГЕ



О.Н. Шкор

Старший преподаватель кафедры
экономики БГУИР



Ч.А. Севзюк

Студентка ИЭФ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь
E-mail: shkor@bsuir.by, chieska@mail.ru

О.Н. Шкор

Родилась в Минске. Закончила БПИ в 1984 году. В 2001 г. защитила магистерскую диссертацию на тему: «Использование блочно-модульной системы обучения в профессиональной ориентации школьников» по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством». В 2010 г. защитила докторскую диссертацию (PhD) на тему: «Экономическое обоснование формирования транспортной логистической системы Республики Беларусь» в Международной кадровой академии (Киев). С 2014 г. по настоящее время - заместитель заведующего кафедрой по научно-исследовательской работе студентов.

Ч.А. Севзюк

Родилась в 2000 году в городе Марьина Горка. В 2017 году закончила ГУО «Средняя школа №2 г. Марьина Горка». В этом же году поступила в УО «БГУИР» и была зачислена на платную форму обучения по специальности «Электронный маркетинг» инженерно-экономического факультета.

Аннотация. Digital-маркетинг – это возможность продвижения бренда или продукта компании за счет использования всевозможных цифровых каналов. Digital-маркетинг является быстро развивающейся, динамичной и обширной областью маркетинга. Цифровой маркетинг необходим для привлечения внимания клиентов к компании, бренду, продукции и предоставляемым услугам. Единственная особенность этого вида маркетинга заключается в том, что почти все действия происходят в Интернете или связаны с цифровыми технологиями. Использование технологии искусственного интеллекта и digital-маркетинга помогает компаниям повысить качество обслуживания клиентов и более эффективно продвигать бренд компании. Одним из распространенных примеров использования искусственного интеллекта в Интернете является использование чат-ботов для обслуживания пользователей, также искусственный интеллект влияет на развитие контент-маркетинга, медийной рекламы, email-маркетинга, продвижение в социальных сетях. Широкое распространение искусственного интеллекта в digital-маркетинге доказывает важность этой технологии в современном мире.

Ключевые слова: digital-маркетинг, маркетинг, реклама, маркетинговые инструменты, интернет-маркетинг, искусственный интеллект.

Digital-маркетинг – это маркетинг товаров и услуг с применением различных цифровых технологий. Digital-маркетинг также использует различные платформы, с помощью которых, специалисты по цифровому маркетингу могут отслеживать показатели конверсии и вовлеченности потенциальных клиентов. Digital-маркетинг охватывает электронный маркетинг, медийную рекламу, поисковую оптимизацию (SEO) и все каналы маркетинга, которые используют электронные устройства [3]. Эффективность данного направления обусловлена тесным взаимодействием с потребителями и охватом целевой аудитории. Преимуществами digital-маркетинга являются возможность налаживания взаимодействия с

более широкой целевой аудиторией и возможность донесения информации до большего числа потенциальных клиентов за короткие сроки, digital-маркетинг повышает узнаваемость бренда и лояльность к нему со стороны клиентов, а также имеет меньшие затраты по сравнению с традиционной рекламой.

Искусственный интеллект (ИИ) – это наука, которая занимается созданием интеллектуальных машин, которые могут думать и реагировать как человек. Влияние искусственного интеллекта выходит далеко за рамки обыденного и компании все больше и больше полагаются на искусственный интеллект для достижения своих целей. Обладая способностью собирать данные, анализировать их, применять и затем реагировать на них, искусственный интеллект совершает революцию в digital-маркетинге [5]. По мере роста объема информации о потенциальных потребителях искусственный интеллект приобретает все большее значение благодаря его способности быстро и точно принимать решения на основе данных. Искусственный интеллект влияет на следующие направления в digital-маркетинге: контент-маркетинг, медийная реклама, email-маркетинг, поисковые системы, социальные сети, аналитика.

Медийная реклама является одной из наиболее успешных областей применения искусственного интеллекта. Он используется на различных платформах, таких как Facebook, Google и Instagram, для обеспечения наилучшего результата. Эти платформы анализируют информацию пользователей, в том числе пол, возраст, интересы, демографические и другие аспекты, чтобы показать пользователям наиболее релевантные рекламные объявления, повышая их эффективность. По данным исследователей, расходы на медийную рекламу во всем мире в 2019 году оцениваются в 273,29 миллиарда долларов. С помощью технологии искусственного интеллекта маркетологи могут определять микротренды и даже предсказывать тенденции развития. Успех медийной рекламы зависит от того, насколько хорошо компания сможет сопоставить свое рекламное объявление с целевой аудиторией веб-сайта для того, чтобы повысить конверсию и вовлеченность аудитории.

Благодаря искусственному интеллекту компании могут определить, какой тип контента наиболее эффективен, в зависимости от поведения их целевой аудитории. Искусственный интеллект можно использовать для управления контентом, а также для его создания. Например, система рекомендаций «YouTube» предлагает советы для видео, которые могут заинтересовать пользователей на основе их предыдущего поведения. Использование аналогичного инструмента позволяет компаниям предлагать продукты, блоги, видео или другие формы контента, в которых может заинтересоваться посетитель сайта, исходя из того, как они взаимодействуют с сайтом. Контент лежит в основе каждой рекламной кампании цифрового маркетинга и является одним из основных элементов, который останется неизменным, несмотря на многочисленные изменения, происходящие на рынке. С хорошим, высококачественным и актуальным контентом веб-сайт компании будет генерировать значительный входящий трафик от целевой аудитории.

Искусственный интеллект помогает брендам персонализировать маркетинговые кампании по электронной почте на основе поведения пользователей. Искусственный интеллект может помочь маркетологам email-маркетинга найти нужных клиентов в нужное время, гарантируя, что обмен сообщениями будет релевантным, привлекательным и с большей вероятностью конвертируется, также искусственный интеллект позволяет компаниям лучше анализировать, какие типы сообщений, сюжетные линии, дизайн и изображения дают наилучшие результаты. Использование персонализированных электронных писем на каждом этапе продажи является важным каналом продвижения. Исследователи доказали, что 79% потребителей с большей вероятностью купят продукт или услугу, если они получают специальные акции. Установив триггеры электронной почты, компании могут автоматизировать электронную почту, чтобы реагировать, когда пользователи взаимодействуют с сайтом или контентом компании.

Развитие технологии обработки языка и преобразования голоса привело к тому, что обслуживание клиентов стало проще с использованием искусственного интеллекта и обеспечивает лучший опыт. По сравнению с ручным обслуживанием клиентов, чат-боты ИИ имеют много преимуществ. Прежде всего, чат-боты ИИ позволяют компаниям выйти за рамки традиционной формы обслуживания клиентов «один-к-одному» и могут предоставлять обслуживание «один ко многим», оказывая поддержку нескольким клиентам одновременно и в разных часовых поясах. Во-вторых, чат-ботам ИИ не нужно отдыхать, поэтому они могут отвечать на запросы клиентов круглосуточно и в режиме реального времени. Это означает не только их высокую эффективность, но и поддержку в нерабочее время, что повышает качество обслуживания клиентов. По оценкам исследователей, более 1,4 миллиарда человек в год по всему миру используют чат-ботов, и к концу 2020 года ожидается, что чат-боты будут контролировать 85% всего обслуживания клиентов [2]. Благодаря быстрому времени отклика клиенты могут получать информацию, не поднимая трубку. В компаниях, использующих чат-ботов, наблюдается рост числа потенциальных клиентов и продаж, а недавние исследования показывают, что замедленная реакция даже на 10 минут может уменьшить ваши шансы продажи на 400%.

Искусственный интеллект уже оказал огромное влияние на изучение того, как создавать эффективные стратегии digital-маркетинга, основанные на взаимодействии потребителей с брендами. Искусственный интеллект помогает анализировать поведение клиентов с помощью данных с веб-сайтов, социальных сетей и блогов. Эти данные дают брендам представление о том, как клиенты находят свои товары и услуги. Искусственный интеллект также используется для автоматизации процесса продаж, ведения разговоров с клиентами и создания лучшей корпоративной культуры для стимулирования роста бизнеса. Для достижения высоких результатов при разработке маркетинговой стратегии следует уделять большое внимание основным инструментам digital-маркетинга, ориентированным на искусственный интеллект. Грамотно спланированная стратегия digital-маркетинга позволяет компаниям выйти на новый рынок, а также расширить приток клиентов и увеличить прибыль, стратегия digital-маркетинга позволяет значительно сократить нерелевантные расходы на маркетинг и оптимизировать затраты для получения большего эффекта от комплекса маркетинговых инструментов.

Список литературы

[1] How AI is changing digital marketing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/how-ai-is-changing-digital-marketing> – Дата доступа: 22.01.2020.

[2] The top digital marketing channels to focus on in 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.campaignmonitor.com/blog/email-marketing/2019/03/the-top-digital-marketing-channels-to-focus-on-in-2019/> – Дата доступа: 22.01.2020.

[3] Digital marketing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://penza.mango-office.ru/products/calltracking/for-marketing/osnovy/digital-marketing/> – Дата доступа: 22.01.2020.

[4] Гусаров, А., Digital-маркетинг в бизнесе: полный обзор возможностей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gusarov-group.by/digital-marketing-uzhe-ne-tot-razbiraemsya-pochemu/#2-punkt> – Дата доступа: 22.01.2020.

[5] Федорина, К., Почему не надо бояться восстания машин или как ИИ влияет на digital [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.calltouch.ru/pochemu-ne-nado-boyatsya-vosstaniya-mashin-ili-kak-ii-vliyaet-na-digital/> – Дата доступа: 22.01.2020.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN DIGITAL MARKETING

O.N. SHKOR

*Senior Lecturer at the Department of
Economics of BSUIR*

C.A. SEUZIUK

Student of BSUIR

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics
G. Minsk, Republic of Belarus
E-mail: shkor@bsuir.by, chieska@mail.ru*

Abstract. Digital marketing is the ability to promote a brand or product of a company through the use of various digital channels. Digital marketing is a fast-paced, dynamic and vast area of marketing. Digital marketing is necessary to attract the attention of customers to the company, brand, products and services provided. The only feature of this type of marketing is that almost all activities take place on the Internet or are associated with digital technology. The use of artificial intelligence technology and digital marketing helps companies to improve the quality of customer service and more effectively promote the company's brand. One of the common examples of the use of artificial intelligence on the Internet is the use of chat bots to serve users, and artificial intelligence also affects the development of content marketing, display advertising, email marketing, and social media promotion. The widespread use of artificial intelligence in digital marketing proves the importance of this technology in the modern world.

Keywords: digital marketing, marketing, advertising, marketing tools, online marketing, artificial intelligence.