

22. AI-АССИСТЕНТЫ В БИЗНЕС-ПРОЦЕССАХ МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖАХ: ТРЕНДЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ КЕЙСЫ

Сончик Д.А., Кебец О.А., студенты гр.274003, гр. 274004

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Архипова Л.И. – канд. экон. наук, доц.

Аннотация. Статья посвящена анализу применения AI-ассистентов в бизнес-процессах маркетинга и продаж. Рассматриваются ключевые преимущества использования ИИ, такие как автоматизация рутинных задач, персонализация обслуживания, снижение операционных затрат и повышение конверсии. В работе представлены практические кейсы внедрения AI-ассистентов в компаниях Sephora, BMW и Яндекс, а также описаны популярные платформы для создания чат-ботов и голосовых помощников, такие как Suvvy.ai, Botpress и ManyChat. Исследование показывает, что использование ИИ становится необходимым инструментом для повышения эффективности бизнеса и улучшения качества взаимодействия с клиентами.

Ключевые слова. AI-ассистенты, искусственный интеллект, маркетинг, продажи, чат-боты, персонализация, автоматизация, конверсия, клиентский опыт, бизнес-процессы.

В последние годы технологии искусственного интеллекта (ИИ) стремительно развиваются, постепенно становясь неотъемлемой частью бизнеса. Особенно заметен их рост в таких областях, как маркетинг и продажи, где автоматизация и персонализация играют ключевую роль. Именно здесь AI-ассистенты – от чат-ботов до голосовых помощников – начинают проявлять себя как мощный инструмент для оптимизации процессов и повышения эффективности.

Погружаясь глубже в тему, становится очевидно, что актуальность использования ИИ обусловлена не только ростом объемов данных, но и возрастающими ожиданиями клиентов. Современные потребители ожидают быстрого, точного и персонализированного обслуживания. В этом контексте AI-ассистенты становятся решением, которое позволяет компаниям соответствовать этим требованиям, одновременно снижая операционные затраты. Это определяет цели и задачи исследования, которые структурируют анализ применения ИИ-технологий [1].

Цель данной работы – провести комплексный анализ применения AI-ассистентов в бизнес-процессах маркетинга и продаж, а также изучить практические примеры их внедрения и доступные инструменты для создания. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

1. Определить преимущества использования AI-ассистентов в бизнесе.
2. Проанализировать реальные кейсы внедрения ИИ в маркетинг и продажи.
3. Описать современные сервисы для разработки AI-ассистентов.

Для проведения анализа использовались методы кейс-исследования, сравнительного анализа и систематизации информации. Результаты исследования помогут лучше понять, как ИИ может быть интегрирован в бизнес-процессы и какие выгоды это принесет. Важно сфокусировать внимание на конкретных преимуществах, которые AI-ассистенты предлагают компаниям.

Преимущества использования AI-ассистентов, открывают широкие возможности для бизнеса. Одним из главных плюсов является автоматизация рутинных задач, таких как обработка запросов, создание контента и анализ данных. Это позволяет сотрудникам сосредоточиться на более сложных и творческих аспектах работы, что повышает общую продуктивность команды.

Кроме того, ИИ обеспечивает высокий уровень персонализации обслуживания. Анализируя поведение пользователей и их предпочтения, AI-ассистенты способны прогнозировать интересы клиентов и предлагать наиболее релевантные решения. Такой подход не только улучшает клиентский опыт, но и повышает лояльность.

Экономическая выгода также играет важную роль. Снижение затрат на персонал для выполнения стандартных задач, таких как ответы на типовые вопросы клиентов, позволяет компаниям

оптимизировать бюджет. При этом увеличивается конверсия за счет своевременных и точных предложений товаров или услуг. Эти преимущества логично подводят к рассмотрению конкретных примеров успешного внедрения AI-ассистентов [2].

Чтобы лучше понять, как AI-ассистенты работают на практике, рассмотрим несколько успешных кейсов. Например, компания Sephora активно использует AI чат-ботов для рекомендаций по косметике. Эти боты помогают клиентам быстрее выбирать продукты, что значительно улучшает их покупательский опыт. Этот пример демонстрирует, как ИИ может быть интегрирован в розничный бизнес для повышения удовлетворенности клиентов [3].

Кроме того, AI помогает в оптимизации маркетинговых кампаний. Например, HubSpot, с помощью AI-ассистентов, автоматизирует сегментацию клиентов и создаёт персонализированные email-рассылки на основе данных о поведении пользователей. Это приводит к значительному увеличению открываемости писем и повышению вовлеченности клиентов [4].

Еще один пример – BMW, которая внедрила AI-ассистента для обработки запросов клиентов через голосовые интерфейсы. Благодаря этому компании удалось не только ускорить обслуживание, но и собирать ценные отзывы для дальнейшего улучшения сервиса. Это также позволило предложить персонализированные рекомендации по выбору автомобилей [5].

В странах СНГ также можно отметить успешный опыт Яндекса. Компания использует AI-ассистентов для поддержки пользователей в сфере электронной коммерции и мобильных приложений. Чат-боты на базе ИИ обеспечивают быструю поддержку пользователей, предлагая решения на основе анализа их запросов и предпочтений. Это пример того, как AI-ассистенты могут работать в локальных компаниях и предлагать решения для рынка [6]. Успешные кейсы показывают, что внедрение ИИ-технологий не только эффективно решает текущие бизнес-задачи, но и способствует достижению более высоких результатов, таких как рост продаж и улучшение вовлеченности клиентов. Однако для реализации таких проектов необходимы специализированные инструменты.

Рассмотрим ключевые инструменты, которые позволяют создавать AI-ассистентов. Сегодня существует множество платформ, делающих этот процесс доступным даже для тех, кто не обладает глубокими техническими знаниями.

Одним из таких решений является Suvvy.ai или Савви – платформа, которая позволяет быстро разрабатывать чат-ботов с использованием ИИ для бизнеса. Удобный интерфейс позволяет даже без специальных навыков программирования разрабатывать решения, оптимизированные под маркетинг и продажи.

Для более сложных проектов можно обратиться к Botpress, который предлагает широкие возможности для кастомизации и интеграции с другими сервисами. ManyChat, в свою очередь, ориентирован на маркетинговые задачи и работу в социальных сетях, таких как Facebook и Instagram. Она идеально подходит для маркетинговых целей и поддержания постоянного контакта с клиентами.

Также стоит отметить Tiledesk – сервис, поддерживающий омниканальное взаимодействие. Он позволяет создавать чат-ботов, которые работают как на веб-сайтах, так и в популярных мессенджерах, предоставляя функции аналитики для отслеживания эффективности. Эти инструменты являются ключевыми для компаний, желающих внедрить AI-ассистентов в свои процессы. Однако важно понимать, что успешное внедрение требует не только выбора правильной платформы, но и четкого понимания бизнес-целей [7].

Подводя итог, можно уверенно сказать, что AI-ассистенты уже сейчас являются важным инструментом для бизнеса в области маркетинга и продаж. Их внедрение позволяет компаниям автоматизировать рутинные процессы, улучшить качество обслуживания клиентов и повысить конверсию.

Успешные кейсы, такие как использование ИИ в компаниях Sephora, BMW и Яндекс, наглядно демонстрируют, как технологии могут решать реальные бизнес-задачи и приносить ощутимые результаты. А доступные инструменты для создания AI-ассистентов делают эту технологию доступной для компаний любого размера.

Таким образом, использование ИИ в маркетинге и продажах – это не просто тренд, а необходимость для тех, кто стремится оставаться конкурентоспособным в современном мире. В будущем мы можем ожидать еще большего распространения этих технологий, что сделает их неотъемлемой частью бизнес-стратегий.

Список использованных источников:

1. Влияние искусственного интеллекта и машинного обучения на развитие образовательных платформ в eCommerce. – Режим доступа: <https://apni.ru/article/11652-vliyanie-iskusstvennogo-intellekta-i-mashinnogo-obucheniya-na-razvitiye-obrazovatelnyh-platform-v-e-commerce?ysclid=m960ra39ix422308031>. [Электронный ресурс]. Дата доступа: 02.04.2025 г.

2. The 2025 State of Marketing & Trends Report: Data from 1700+ Global Marketers. – Режим доступа: https://blog.hubspot.com/marketing/hubspot-blog-marketing-industry-trends-report?hubs_content=blog.hubspot.com/&hubs_content-cta=The%202025%20State%20of%20Marketing%20%26%20Trends%20Report%3A%20Data%20from%201700%2B%20Global%20Marketers. [Электронный ресурс]. Дата доступа: 04.04.2025 г.
3. How Sephora Used Chatbots to Compliment In-store Service. – Режим доступа: <https://www.indigo9digital.com/blog/learn-how-sephora-is-using-chatbots-to-create-a-better-customer-experience>. [Электронный ресурс]. Дата доступа: 01.04.2025 г.
4. Top 5 AI Marketing Tools for Personalized and Automated Campaigns. – Режим доступа: <https://www.clickinsights.asia/post/top-5-ai-marketing-tools-for-personalized-and-automated-campaigns>. [Электронный ресурс]. Дата доступа: 03.04.2025 г.
5. Artificial Intelligence at BMW Group. – Режим доступа: <https://www.bmwgroup.com/en/innovation/artificial-intelligence.html>. [Электронный ресурс]. Дата доступа: 01.04.2025 г.
6. AI in Yandex LLC: Pioneering Innovations in Search, E-Commerce, and Beyond. – Режим доступа: <https://www.cash-platform.com/ai-in-yandex-llc-pioneering-innovations-in-search-e-commerce-and-beyond/>. [Электронный ресурс]. Дата доступа: 01.04.2025 г.
7. Лучшие платформы для AI-чатботов, чтобы увеличить конверсии в 2024 году. – Режим доступа: <https://hostpro.by/blog/luchshie-platformy-dlya-ai-chatbotov-chtoby-uvelichit-konversii-v-2024-godu?ysclid=m9614dlk4k202666119>. [Электронный ресурс]. Дата доступа: 03.04.2025 г.

UDC 338.45

AI-ASSISTANTS IN MARKETING AND SALES BUSINESS PROCESSES: TRENDS AND PRACTICAL CASE STUDIES

Sonchik D.A., Kebec O.A., students of group 274003, group 274004

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics
Minsk, Republic of Belarus*

Arhipova L.I. – PhD, Assoc. Prof.

Annotation. The article is devoted to the analysis of the application of AI assistants in marketing and sales business processes. Key advantages of using AI are considered, such as automation of routine tasks, personalization of service, reduction of operational costs, and increase in conversion rates. The paper presents practical case studies of AI assistant implementation in companies like Sephora, BMW, and Yandex, as well as describes popular platforms for creating chatbots and voice assistants, such as Suvvy.ai, Botpress, and ManyChat. The study shows that the use of AI is becoming an essential tool for improving business efficiency and enhancing the quality of customer interaction.

Keywords. AI assistants, artificial intelligence, marketing, sales, chatbots, personalization, automation, conversion, customer experience, business processes.