

3. AI-АССИСТЕНТЫ И ИХ РОЛЬ В ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ МАРКЕТИНГА

Габриелева Е. Г., Гуминская Е. Д.

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

Архипова Л. И. – канд. эконом. наук

В данной работе исследуется революционное влияние AI-ассистентов на маркетинговые бизнес-процессы. Анализируются ключевые преимущества технологий ИИ. Исследование подчеркивает, что компании, игнорирующие потенциал AI-ассистентов, рискуют потерять конкурентоспособность в условиях стремительно меняющегося рынка.

Современный маркетинг переживает эпоху цифровой трансформации, где искусственный интеллект (ИИ) становится ключевым драйвером изменений. AI-ассистенты позволяют автоматизировать рутинные задачи, анализировать большие объёмы данных и предлагать персонализированные решения для клиентов.

В условиях возрастающей конкуренции и усложнения потребительских предпочтений компании стремятся внедрять технологии ИИ для повышения эффективности бизнес-процессов. Цель данной работы — исследовать роль AI-ассистентов в оптимизации маркетинговых процессов и оценить их влияние на результативность бизнеса.

Впервые концепция artificial intelligence была озвучена еще в середине 50-х годов прошлого столетия. Она была задумана как технология, которая должна воспроизводить мыслительный процесс человека в исполнении вычислительных машин, но при этом не уставать, работать 24/7 и не зависеть от настроения. Важно отметить, что искусственный интеллект не является простым машинным алгоритмом или компьютерной программой [1].

В настоящее время AI-ассистенты представляют собой программное обеспечение, которое использует продвинутые технологии для предоставления пользователям релевантной информации и выполнения различных задач для них, таких как совершение звонков, чтение текста и т. д.

С помощью обработки естественного языка (NLP), машинного обучения (ML) и моделей больших языков (LLM) эти персональные помощники могут понимать голосовые команды или текстовые вводы и генерировать ответы, которые звучат разговорно и подобно человеческим.

Существуют следующие типы AI-помощников: по поиску (Apple Siri, Google Assistant), по электронной почте (SaneBox, Mailbutler), по планированию (ClockWise, Scheduler AI), по транскрипции (Gong, Otter.ai), по написанию (Grammarly, Wordtune) [2].

Основные преимущества использования AI-ассистентов включают:

1. Персонализированный контент: AI-чат-боты укрепляют связь с клиентами через индивидуализированный контент, соответствующий их предпочтениям.
 2. Точные ответы: AI-помощник предоставляет точные и своевременные ответы на запросы, используя интернет-ресурсы.
 3. Упрощение задач: AI-помощник берет на себя рутинные обязанности, освобождая HR-отдел.
 4. Повышение продуктивности: AI выполняет сложные задачи, позволяя сотрудникам сосредоточиться на срочных проектах.
 5. Экономия времени и денег: использование AI-систем для рутинных задач сокращает затраты и освобождает время агентов.
- Сферы применения AI-ассистентов в маркетинге и выгода для специалистов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Практическое применение AI-ассистентов в маркетинговых процессах

Сфера	Выполняемая AI-ассистентами работа
Проведение маркетинговых исследований	Нейросети анализируют большие объемы данных для выявления закономерностей поведения покупателей, интересов аудитории, эффективных услуг для рекламы и факторов, влияющих на продажи. Для корректного анализа необходимо задать промпт, например: «Определи три боли целевой аудитории производителя молока и предложи идеи рекламных кампаний». AI также исследует конкурентов и анализирует брифы заказчиков.
Написание текстов под любые задачи	AI генерирует контент: статьи, пресс-релизы, кейсы, email-рассылки, сообщения для соцсетей и мессенджеров, рекламные объявления, описания товаров. GigaChat, обученный на 300 Гб данных, создает тексты в различных стилях и форматах. Автоматизация освобождает маркетологов для стратегических задач.
Генерация идей для рекламных кампаний	AI помогает генерировать идеи для имиджевых, продуктовых и торговых кампаний. Промпты вроде «Определи каналы продвижения для [продукта] с бюджетом [сумма]» или «Дай 5 идей для рекламы на ТВ» формируют конкретные решения.
Создание контент-плана	Нейросети составляют контент-планы для СМИ, соцсетей и сайтов, учитывая формулу Майкла Стелзнера: 5% реклама, 40% вовлечение, 30% бренд, 25% обучение. AI также формирует названия постов, чек-листы и инструкции.
Создание презентаций	AI помогает создавать структуру, тексты и изображения для продающих, корпоративных, инвестиционных и информационных презентаций. Промпт вроде «Создай структуру презентации на тему "Виды рекламы"» формирует готовый результат.
Генерация баннеров и изображений	GigaChat создает логотипы, баннеры, обложки для рекламы и дизайн интерфейсов. Например, запрос «Нарисуй рекламу телевизора» генерирует изображение, соответствующее требованиям площадок.
Автоматизация продаж и подключение бот-систем	Чат-боты SaluteBot поддерживают диалоги с клиентами, отвечают на вопросы, рассказывают о скидках и собирают отзывы. Голосовые роботы автоматизируют входящие звонки, расшифровывают диалоги и интегрируются с CRM [3].

Один из ярких примеров успешного использования AI-ассистентов — это внедрение чат-ботов в крупных розничных сетях. Компании, такие как Amazon и Alibaba, активно используют ИИ для автоматизации обработки заказов и ответов на вопросы клиентов. Это позволило сократить операционные расходы на 20–30%.

Сбербанк запустил сервис, функционирующий на основе ИИ, осуществляющий оплату на кассах самообслуживания в супермаркетах «Пятёрочка» и «Перекрёсток». Клиент банка должен подключить распознавание лица в приложении, а затем при оплате покупки на кассе на терминале нажать клавишу «Оплатить улыбкой» и посмотреть в камеру. Нейросеть распознает его среди клиентов банка и списывает сумму с счета. Это привело к росту трафика и среднего чека, с помощью технологии совершается около 1000 покупок в день. Сеть также привлекла молодую аудиторию, ориентированную на современные технологии [4].

Предиктивная аналитика помогает работать с данными, выявлять тренды и после этого делать прогнозы и давать рекомендации. Предиктивные модели можно использовать для управления офлайн-

продажами. Показательный кейс представила Carlsberg Group. Для контроля мерчендайзеров компания решила использовать AI-систему, которая анализирует:

- достаточно ли представлен бренд в сравнении с конкурентом;
- правильно ли оформлена выкладка товаров;
- справляется ли сотрудник, ответственный за данную точку, со своей работой.

По информации сотрудников Carlsberg Group, за полгода работы этой технологии продажи увеличились на 6%, операционные затраты упали на 6,6%, мотивация сотрудников повысилась, а ошибки из-за человеческого фактора сократились [5].

Авторы данного исследования разработали AI-ассистента для магазина обуви «Belwest», используя нейросеть QWEN2.5 модели MAX для разработки системного промпта. На основе полученного ответа был составлен шаблон Suvvy, описывающий цели и задачи бота, а также стиль взаимодействия с клиентами. Бот включает в себя базу знаний и функциональность для тестирования в Telegram. Он расположен по ссылке: https://t.me/Belwestobuv_bot. Бот также оснащен встроенной аналитикой для отслеживания его работы и взаимодействия с пользователями.

В будущем AI-ассистенты станут более интеллектуальными благодаря машинному обучению и NLP, позволяя им самостоятельно принимать решения на основе анализа данных. Однако внедрение ИИ связано с вызовами, такими как конфиденциальность данных и соблюдение этических норм.

AI-ассистенты играют все более важную роль в оптимизации бизнес-процессов маркетинга. Они позволяют компаниям автоматизировать рутинные задачи, повышать эффективность взаимодействия с клиентами и создавать персонализированные предложения. Однако для успешного внедрения технологий ИИ необходимо учитывать как технические возможности, так и этические аспекты. В будущем развитие AI-технологий продолжит трансформировать маркетинг, открывая новые горизонты для бизнеса.

Список использованных источников:

1. Влияние искусственного интеллекта на маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.hse.ru/blog/vliyanie-iskusstvennogo-intellekta-na-marketing/>. – Дата доступа: 15.03.2025.
2. AI Assistant: 2025 Ultimate Guide - Определение, примеры и многое другое [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.getguru.com/ru/reference/ai-assistant>. – Дата доступа: 16.03.2025.
3. GigaChat API [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://developers.sber.ru/help/gigachat-api/marketing>. – Дата доступа: 16.03.2025.
4. Влияние искусственного интеллекта на маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.hse.ru/blog/vliyanie-iskusstvennogo-intellekta-na-marketing/>. – Дата доступа: 17.03.2025.
5. Искусственный интеллект в маркетинге: подборка интересных кейсов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://marketolog.mts.ru/blog/iskusstvennii-intellekt-v-marketinge-podborke-interesnih-keisov?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F. – Дата доступа: 17.03.2025.