

45. НЕЙРОННЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ВЕБ-САЙТОВ И ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛОВ

Куликовская А.С., студентка гр.274004, Маскевич А.А., студентка гр.274004

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

Вишняков В.А. – профессор, доктор технических наук

Аннотация. В статье рассматривается применение нейронных сетей как инновационного инструмента для оптимизации продвижения веб-сайтов и Телеграм-каналов в рамках цифровых маркетинговых и PR-стратегий. Данное понятие играет ключевую роль в условиях высокой конкуренции и информационного перенасыщения. Он выступает ключевым инструментом для привлечения и удержания внимания потребителей.

Развитие сети Интернет существенно трансформировало восприятие информации. В отличие от традиционных носителей, где пользователи выступают пассивными наблюдателями, в цифровой среде они становятся активными участниками, собственноручно создавая и распространяя контент. Это открывает новый горизонт возможностей для эффективного взаимодействия между рекламодателями и аудиторией, значительно превосходящий потенциал традиционных медиа.

Для реализации продвижения в цифровой среде компании используют инструменты интернет-маркетинга. Интернет-маркетинг – это комплекс приемов и методов, направленных на эффективное продвижение товаров и услуг в интернете, с целью их популяризации посредством инструментов интернет-маркетинга. К основным инструментам интернет-маркетинга относят: сайт, веб-аналитику и стратегию, контекстную рекламу, поисковый маркетинг (SEO), баннерную рекламу, медийную рекламу, продвижение в социальных сетях, email-рассылки, контент-маркетинг, интернет-брендинг [1].

В свою очередь, бурный рост интернет-аудитории трансформировал Сеть в мощное глобальное СМИ, ставшее перспективной средой для управления коммуникациями и PR (Public Relations) [2]. PR – это совокупность мероприятий, направленных на продвижение бренда и увеличение его узнаваемости, с использованием разнообразных методов и инструментов, доступных в сети. Одним из новейших и эффективных методов продвижения в онлайн-среде является именно ведение Телеграм-каналов. Поскольку именно они предоставляют собой уникальные возможности коммуникации для компаний с потенциальной аудиторией, позволяя быстро и эффективно доставлять информацию, новости, а также рекламные сообщения точно нацеливаясь на потребителя. Благодаря прямому взаимодействию с подписчиками, высокой вовлеченности и возможности использования аналитических инструментов, Телеграм-каналы становятся мощным инструментом в арсенале современных маркетологов.

Однако, несмотря на значительные преобразования и модификации инструментов интернет-маркетинга, веб-сайт продолжает оставаться ядром цифровой стратегии компании. Он выполняет важную роль в системе PR, служа не только основным источником информации о бренде, но и эффективным инструментом формирования его позитивного имиджа. Веб-сайт генерирует лиды, продвигает товары и предоставляет клиентам актуальные предложения, формируя доверие и лояльность целевой аудитории. Хорошо спроектированный сайт с удобной навигацией улучшает пользовательский опыт, повышая вероятность конверсии, что способствует укреплению репутации компании.

Таким образом, веб-сайты и Телеграм-каналы выступают не только как маркетинговые, но и как ключевые элементы PR-стратегии. Их комбинированное использование помогает эффективно взаимодействовать с аудиторией, формируя позитивную репутацию бренда.

Стремительное развитие технологий вводит в сферу PR принципиально новые инструменты. На первый план выходят такие инновационные решения, как искусственные нейронные сети (ИНС) – вычислительные модели, вдохновленные структурой биологических нейронов мозга [3]. Базовая нейронная сеть состоит из трех слоев: входного (обрабатывает и передает данные), скрытых (анализируют и преобразуют информацию) и выходного (выдает окончательный результат). В глубоких нейронных сетях нейроны связаны между собой, причем каждой связи присваивается вес, отражающий ее значимость [4]. Данная модель при достаточном количестве скрытых нейронов известна как универсальный аппроксиматор, однако ее часто критикуют за сложность интерпретации, так как она представляет собой «черный ящик», механизм работы которого не всегда очевиден, предсказуем и понятен [3]. Таким образом, архитектура нейронных сетей позволяет эффективно обрабатывать сложные зависимости и решать задачи различной степени сложности в рамках современных PR-стратегий.

Нейронные сети являются мощным инструментом в сфере PR, предоставляя возможности для решения ключевых маркетинговых задач. Поскольку они позволяют автоматизировать создание контента, делая его уникальным и адаптированным под целевую аудиторию, что способствует повышению эффективности коммуникации. Их применение помогает улучшить персонализацию, расширить охват и укрепить положительный имидж бренда. К нынешнему году нейронные сети уже могут автоматизировать множество задач для формирования контент-плана, генерации материалов, а также продвижения интернет-ресурсов, среди которых:

1) Генерация текстов и картинок. Нейронные сети могут писать тексты с нуля и генерировать изображения на основе заданной концепции или темы. Нейросеть Midjourney, например, уже научилась создавать профессиональные изображения. Это избавляет специалистов от необходимости вручную создавать посты каждый раз, когда им нужно что-то новое.

2) Генерация рубрик, идей и фактуры для контента. Нейронные сети могут создать готовые маркетинговые концепции для целых рекламных кампаний или отдельных постов, анализируя имеющиеся данные, такие как портрет ЦА, текущие тенденции, идеи и наработки. Нейросеть легко напишет контент-план хоть на год вперед для любой ниши с учетом пожеланий заказчика.

3) Анализ и проверка данных. Нейросети способны быстро и эффективно анализировать большие объемы данных. Они могут проверить лонгрид на ошибки и расставить знаки препинания в сложных случаях, написать краткий пересказ или сгенерировать расширенную версию короткого текста. Нейросеть может подсказать самые эффективные решения для конкретной проблемы.

4) Поиск хештегов. Нейросеть может предложить подходящие хештеги или ключевые слова для написания постов. Инструменты типа: ChatGPT или Copy.ai – помогают подбирать релевантные хештеги и ключевые слова для повышения видимости контента.

5) Трендотчинг, или системный поиск и анализ зарождающихся тенденций с целью превращения их в конкурентные преимущества: создавая продукты, кампании и стратегии, которые отвечают на запросы аудитории ещё до того, как они станут массовым. И в данном случае нейросеть поможет оставаться в курсе трендовых форматов и тем для контента, ведь

соцсеть и веб-сайт глазами нейросети – это просто набор данных, которые можно проанализировать и выделить определенные повторяющиеся закономерности.

6) Создание AI-ассистентов (например, Qwen, LaMDA, Anthropic). Они отвечают на вопросы клиентов, проводят опросы, собирают обратную связь и поддерживают диалог в режиме реального времени [5].

Нейронные сети становятся важным инструментом в современных цифровых стратегиях продвижения. Благодаря автоматизации генерации контента, обработке данных и анализу естественного языка, они помогают компаниям улучшать персонализацию, адаптироваться к потребностям аудитории и расширять охват коммуникаций. Внедрение нейросетей в продвижение веб-ресурсов и Телеграм-каналов позволяет оптимизировать затраты, повысить эффективность взаимодействия с клиентами и укрепить имидж бренда. Их многофункциональность делает нейросети незаменимым элементом современных PR и маркетинговых кампаний.

Список использованных источников:

1. Чудо-зверь «интернет-маркетинг» или как добиться успеха в профессии? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://webmart.by/blog/instrumenty/chudo-zver-internet-marketing-ili-kak-dobit-sya-uspeha-v-professii.html>. – Дата доступа: 10.04.2025.
2. Акулич М. В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. — 352 с.
3. Вишняков, В. А. Специализированные IoT-сети: модели, структуры, алгоритмы, программно-аппаратные средства=Specialized IoT systems: Models, Structures, Algorithms, Hardware, Software Tools / В. А. Вишняков. – Минск: БГУИР, 2023. – 184 с.
4. Что такое нейронная сеть? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://aws.amazon.com/ru/what-is/neural-network/>. – Дата доступа: 10.04.2025.
5. Использование нейросетей для генерации и работы с контентом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uxi.run/blog/ispolzovanie-neyronnykh-setey-dlya-raboty-s-kontentom-v-sotsialnykh-setyakh/>. – Дата доступа: 10.04.2025.