Черевко Тетяна Дмитрівна, здобувач вищої освіти

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ

**ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Головне завдання маркетингу – визначати та задовольняти людські й суспільні потреби, а також впливати на рішення клієнта щодо покупок. Тож маркетологам потрібно знати механізми, принципи та правила процесу прийняття рішень з боку клієнтів і впливати на них з максимальною користю для підприємства. Зокрема необхідно не тільки повернути інвестиції, але й завдяки рекламі просувати власний бренд або всю лінійку продукції в цілому. Особливо важливо ефективно направити діяльність на скорочення бюджету та підвищення вимог до показників ефективності [1]. Використання штучного інтелекту для вирішення широкого кола бізнес-проблем може принести значну віддачу від інвестицій, однак для більшості організацій виникає питання, як використовувати штучний інтелект для створення або прискорення зростання бізнесу. Варіанти використання в основному поділяються на три категорії: автоматизація та оптимізація, створення інсайтів та створення людської взаємодії (наприклад, чат-боти та віртуальні помічники).[2].

Штучним інтелектом називають здатність комп’ютерних програм навчатися, приймати рішення та робити щось властиве людині. Технології ШІ ділять на чотири підрозділи: машинне навчання, обробка природної мови, наука про комп’ютерний зір та робототехніка. Штучний інтелект вирішує у маркетингу два завдання:

-знижує витрати – наприклад, за рахунок скорочення робочих місць при впровадженні чат-бота з ШІ замість штату операторів;

-підвищує ефективність – наприклад, вивчає великі обсяги інформації та висуває гіпотези для персоналізації контенту швидше і точніше, ніж людина. [3].

*Штучний інтелект для дослідження ринку.* Однією з переваг ШІ є економія часу під час дослідження ринку та збору зворотного зв’язку. Програмне забезпечення для маркетингових досліджень на основі ШІ дає точні результати в реальному часі, автоматично класифікує й збирає текстові дані, а також підбирає цільову аудиторію.

*Чат-боти для ефективності маркетингу.* Чат-бот виконує роль менеджера, автоматично відповідаючи на питання клієнтів. Вони мають велике значення в маркетингу, тому що вони оперативно реагують на запити й надають підтримку 24/7, навіть поза робочим часом. Ці дані можна використати для подальшого аналізу поведінки клієнта та передбачити, в яких послугах клієнт буде зацікавлений в майбутньому.

*Штучний інтелект та цифрова реклама.* Тут, ця технологія аналізує інформацію про користувача та демографію – вік, стать та інтереси. Це робиться для того, щоб надати максимально зручний сервіс. Ця технологія допомагає компаніям показувати найбільш актуальні рекламні оголошення для цільової аудиторії в потрібний час, що зрештою покращує продуктивність оголошень й забезпечує велику кількість продажів.

*Штучний інтелект та SEO.* Є безліч потужних інструментів SEO на основі штучного інтелекту, які можуть допомогти вам спостерігати та вивчати вебсайт конкурента, генерувати та покращувати ключові слова, аналізувати трафік тощо.

*ШІ в email маркетингу.* Штучний інтелект може створювати автоматизовані кампанії електронної пошти, керуючись даними історії пошуку клієнтів. Він також показує, який саме вміст контенту буде найефективнішим у створенні електронних листів. ШІ відмінно підходить для визначення частоти надсилання електронних кампаній, а також найкращого часу для їх надсилання [4].

Отже, за допомогою цих інструментів штучний інтелект може персоналізувати роботу з клієнтами, аналізуючи їх профілі.Штучний інтелект прискорює виробництво певних типів та форматів контенту.Програмне забезпечення на базі AI може вирішити, який контент створювати і коли його розповсюджувати. Штучний інтелект може обробляти величезні обсяги даних і робити точні прогнози на основі шаблонів, що випливають із них.Штучний інтелект може прогнозувати поведінку клієнтів, виявляти та виховувати найцінніші висновки [5].

Застосування штучного інтелекту в маркетинговій діяльності є інструментом, який дозволяє компаніям покращити ефективність своєї рекламної стратегії та збільшити прибуток. Важливо зазначити, що застосування штучного інтелекту в маркетингу може змінити спосіб взаємодії компаній зі своїми клієнтами, забезпечивши персоналізовані послуги та більш глибоке розуміння їхніх потреб.

**Література**

1. Проскурніна Н. Штучний інтелект у маркетинговій діяльності . *Цифрові технології.* URL:<http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/24950/1/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%BD%D1%96%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F_%D0%A8%D0%A2%D0%A3%D0%A7%D0%9D%D0%98%D0%99%20%D0%86%D0%9D%D0%A2%D0%95%D0%9B%D0%95%D0%9A%D0%A2%20%D0%A3%20%D0%9C%D0%90%D0%A0%D0%9A%D0%95%D0%A2%D0%98%D0%9D%D0%93%D0%9E%D0%92%D0%86%D0%99%20%D0%94%D0%86%D0%AF%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%861.pdf>
2. Штучний інтелект: де використовують сьогодні та коли він замінить людину. URL:<https://cybercalm.org/analytics/shtuchnij-intelekt-de-vikoristovuyut-sogodni-ta-koli-vin-zaminit-lyudinu/>
3. Штучний інтелект в маркетингу: де його використовують та як впровадити його вже завтра. URL: <https://aboutmarketing.info/internet-marketynh/shtuchnyy-intelekt-v-marketynhu-de-yoho-vykorystovuyut-ta-yak-vprovadyty-yoho-vzhe-zavtra/#So_take_stucnij_intelekt_i_dla_cogo_vin_potriben_u_marketingu>
4. Штучний інтелект (ШІ) в маркетингу. URL: <https://careers.israelit.pro/shtuchnij-intelekt-shi-v-marketingu/?lang=uk>
5. Штучний інтелект у маркетингу. Основні переваги. URL: <https://azbyka.com.ua/uk/osnovnye-preimushhestva-i-ispolzovanie-ii-v-tsifrovom-marketinge1/>