

УДК 004.04

Вербіцький Р. – ст. гр. СНм-51, Жураковський С. – ст. гр. СНм-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЯК ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ДОПОМАГАЄ МАРКЕТОЛОГАМ У РОБОТІ ІЗ ВІЗУАЛОМ

Науковий керівник: старший викладач Шимчук Г.

Verbitskiy R., Zhurakovskiy S.
Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

HOW ARTIFICIAL INTELLIGENCE HELPS MARKETERS WORK WITH VISUAL

Supervisor: Senior Lecturer Shymchuk G.

Ключові слова: Штучний інтелект, маркетинг, візуальні елементи, аналіз ринку
Key words: Artificial intelligence, marketing, visual elements, market analysis

Штучний інтелект(ШІ) стає все більш потужним інструментом у сфері маркетингу. Використання ШІ в роботі з візуалом дозволяє маркетологам прискорити процес розробки та аналізу візуальної частини рекламних кампаній. Завдяки аналізу даних, зібраних за допомогою ШІ, маркетологи можуть легко і швидко визначити найбільш ефективні стратегії візуальної комунікації з цільовою аудиторією.

Розробка креативів - це одна з ключових складових рекламної кампанії, що вимагає від маркетологів творчого та інноваційного мислення. Застосування ШІ у цьому процесі може спростити роботу та знизити час на розробку креативів, наприклад, за допомогою генерації ідей або створенням складних 3D-моделей.

Аналіз візуальної частини рекламної кампанії є ще однією важливою складовою у роботі маркетологів. Використання ШІ дозволяє збирати, обробляти та аналізувати великі обсяги даних про рекламні матеріали, наприклад, про їх кольорову палітру, стиль та композицію. Це дозволяє маркетологам зробити більш обґрунтований вибір щодо візуальної стратегії.

Нарешті, ШІ може допомогти маркетологам у реалізації та аналізі макетів. Завдяки своїм здібностям у розпізнаванні образів та візуальному розумінні, ШІ може допомогти здійснити автоматичну перевірку макетів на правильність композиції та баланс кольорів.

Загалом, можна зробити висновок, що штучний інтелект може бути надзвичайно корисним інструментом для маркетологів, які працюють з візуальними елементами. Розробка креативів, аналіз візуальної частини, розробка унікальних зображень, аналіз ринку, допомога у реалізації та аналізі макетів - усі ці завдання можуть бути вирішені швидше та ефективніше завдяки штучному інтелекту. Майбутнє маркетингу з візуальними елементами обіцяє більш точне спрямування на цільову аудиторію та більш ефективні рекламні кампанії завдяки використанню штучного інтелекту.

Література:

1. Thomas H. (2021). How to Design an AI Marketing Strategy, <https://hbr.org/2021/07/how-to-design-an-ai-marketing-strategy>
2. Dhruv G. (2021). Design an AI Marketing, <https://hbsp.harvard.edu/product/S21041-PDF-ENG>