

**ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ З МЕТОЮ АВТОМАТИЗАЦІЇ
МАРКЕТИНГОВИХ ЗАВДАНЬ**
**APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE WITH THE PURPOSE OF
AUTOMATING MARKETING TASKS**

Зростання впливу цифрових технологій у сучасному бізнес-середовищі створює нові виклики та відкриває значний потенціал для вдосконалення операційної діяльності. Однією з найбільш перспективних технологій, яка може трансформувати бізнес-процеси, є штучний інтелект (ШІ). Його можливості включають автоматизацію рутинних завдань, підвищення точності ухвалення управлінських рішень і досягнення принципово нового рівня ефективності.

Технології ШІ дозволяють обробляти значні обсяги даних про клієнтів, включаючи їхній поведінковий зворотний зв'язок, відгуки, звички придбання та взаємодії в соціальних мережах. Завдяки цьому можна створювати персоналізовані пропозиції, прогнозувати інтереси й поведінку споживачів, а також адаптувати контент і рекламу в режимі реального часу.

ШІ забезпечує автоматизацію трудомістких завдань, таких як розсилка електронних листів, управління активністю у соціальних мережах, оптимізація рекламних кампаній і проведення аналітичних досліджень їхніх результатів. Це звільняє ресурси компанії для зосередження на стратегічних аспектах діяльності.

Завдяки можливості аналізувати дані в режимі реального часу, ШІ підвищує точність таргетингу, забезпечуючи максимально ефективне використання рекламних бюджетів і поліпшення якості взаємодії з цільовою аудиторією.

(ШІ) має значний потенціал для автоматизації широкого спектру маркетингових завдань, які зазвичай вимагають значних витрат часу й ресурсів. Зокрема, ШІ може автоматизувати рутинні процеси, такі як розсилання електронної пошти, управління контентом у соціальних мережах, оптимізація рекламних кампаній і моніторинг їхньої ефективності. Завдяки цьому знижується операційне навантаження на маркетингові команди, що дозволяє фокусуватися на стратегічних аспектах діяльності.

ШІ може покращувати ефективність аналітики за допомогою обробки великих обсягів даних, виділення ключових інсайтів і формування релевантної інформації для ухвалення управлінських рішень.

Технології ШІ дозволяють глибокий ринковий аналіз, визнання трендів, прогнозування зміни у споживачьких вподобаннях і попиті на товари чи послуги; оптимізацію ресурсів, зокрема ухвалення рішень, на основі проаналізованих даних, що сприяє ефективнішому розподілу бюджету й підвищенню рентабельності інвестицій. Таким чином, впровадження ШІ в маркетингову діяльність забезпечує гнучкість, швидкість і точність в ухваленні рішень, створюючи конкурентні переваги для компаній.

Штучний інтелект (ШІ) ефективно застосовується для розробки інтелектуальних чат-ботів, які забезпечують автоматизовану комунікацію з клієнтами. Основні переваги використання таких технологій включають реагування в режимі реального часу, адже чат-боти на основі ШІ здатні миттєво відповідати на запитання користувачів, надавати детальну інформацію про продукти та послуги, а також надавати рекомендації. Також це спрощує розв'язання проблем клієнтів, оскільки завдяки алгоритмам машинного навчання, такі системи можуть діагностувати й вирішувати поширені проблеми клієнтів, сприяючи

підвищенню рівня їхнього задоволення. Застосування чат-ботів забезпечує економію ресурсів. Автоматизація процесів клієнтської підтримки значно знижує навантаження на персонал, дозволяючи людським ресурсам зосередитися на складніших завданнях. Також інтелектуальні чат-боти забезпечують персоналізований підхід до обслуговування, враховуючи історію запитів, уподобання та поведінкові особливості кожного клієнта. Додаткові переваги чат-ботів: можливість інтеграції з CRM-системами для створення повного профілю клієнта; гнучкість у масштабуванні відповідно до потреб бізнесу та збільшення кількості запитів; цілодобова доступність, що гарантує підтримку навіть у неробочий час. Загалом, використання ШІ для створення чат-ботів сприяє підвищенню ефективності взаємодії з клієнтами, зменшенню витрат і зміцненню позицій компанії на ринку.

Штучний інтелект (ШІ) виступає ефективним інструментом для оптимізації рекламних кампаній завдяки своїй здатності аналізувати великі обсяги даних і надавати релевантні інсайти в режимі реального часу. Його застосування в маркетингу забезпечує аналіз ефективності рекламних каналів. ШІ може відстежувати показники продуктивності різних каналів, таких як соціальні медіа, пошукові системи чи email-кампанії, визначаючи, які з них забезпечують найкращі результати для досягнення бізнес-цілей. Може здійснюватися оптимізація розподілу рекламного бюджету. Використовуючи алгоритми прогнозування, ШІ допомагає розподіляти ресурси на основі очікуваної рентабельності інвестицій (ROI), що дозволяє максимізувати ефективність витрат. Завдяки аналізу демографічних, поведінкових і контекстуальних даних, ШІ ідентифікує найбільш релевантні сегменти аудиторії для таргетингу, підвищуючи точність і релевантність рекламних повідомлень. На основі даних та аналізу тенденцій ШІ здатний моделювати й оцінювати потенційні результати кампаній, дозволяючи маркетологам приймати обґрунтовані рішення ще до запуску кампанії. ШІ дозволяє оперативно коригувати стратегії під час проведення кампанії, зокрема змінювати рекламний контент, регулювати ставки в контекстній рекламі чи адаптувати таргетинг відповідно до змінних умов ринку.

Переваги впровадження ШІ у рекламну діяльність: підвищення рентабельності завдяки більш раціональному використанню бюджету; покращення залучення аудиторії за рахунок персоналізованого підходу; швидка адаптація до змінних ринкових умов, що забезпечує конкурентні переваги.

У результаті інтеграція ШІ в управління рекламними кампаніями дозволяє маркетологам досягати більш високих показників ефективності та впливу на цільову аудиторію, знижуючи при цьому витрати на залучення клієнтів [2].

Штучний інтелект дійсно відкриває нові можливості для ефективного управління запасами. Він може прогнозувати попит з урахуванням сезонності та трендів, автоматизувати процес замовлення товарів, налаштовуючи його відповідно до поточних потреб і прогнозів, оптимізувати рівні запасів, аналізуючи фактори, такі як вартість зберігання, терміни доставки та критичний рівень наявності продукції. Ці можливості допомагають мінімізувати витрати на зберігання, уникнути втрат через надлишкові запаси та підвищити задоволеність клієнтів завдяки своєчасній наявності продукції [1].

Таким чином, впровадження ШІ в маркетинг сприяє підвищенню продуктивності, адаптивності та результативності бізнесу, допомагаючи компаніям досягати довгострокових конкурентних переваг. ШІ здатний докорінно змінити маркетингову галузь завдяки широким можливостям аналізу даних, персоналізації комунікацій і автоматизації процесів.

Список використаних джерел:

1. Попович М. Використання штучного інтелекту в процесах автоматизації бізнесу. *Freshtech*. URL: <https://freshtech.global/ua/blog/leveraging-ai-for-business-process-automation> (дата звернення: 24.11.2024).
2. Як штучний інтелект вплине на маркетинг?. URL: <https://spar.ua/blogs/yak-shtuchniy-intelekt-vpliv-na-marketing> (дата звернення: 24.11.2024).