

УДК 004.8

М.О. Скоробогата, Л.П. Дмитроца канд. техн. наук, доц.

(Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна)

ВПЛИВ ГЕНЕРАТИВНОГО ШІ НА МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ КОМПАНІЇ "TECHNOVAAPP"

М.О. Skorobohata, L.P. Dmytrotso Ph.D, Assoc. Prof.

THE IMPACT OF GENERATIVE AI ON THE MARKETING COMMUNICATIONS OF THE COMPANY "TECHNOVAAPP"

Сучасні бізнес-процеси в сфері маркетингових комунікацій демонструють зростаючу ефективність завдяки впровадженню генеративного штучного інтелекту (Generative Artificial Intelligence, GAI) до існуючого функціоналу. Інструменти на основі GAI дозволяють підвищити результативність рутинних завдань, а саме шляхом створення більш персоналізованих розсилок. GAI функціонал також дозволяє прогнозувати потреби клієнтів та може взаємодіяти з ними у реальному часі [1]. Особливо важливою є функція автоматичної відповіді зацікавленим клієнтам згідно із попередньо заданими GAI інструкціями, що значно скорочує час роботи працівників. У результаті працівники можуть використати цей час для виконання інших важливих задач.

Застосування цифрових технологій надає можливість організаціям створювати персоналізовані, своєчасні та релевантні комунікації через обрані платформи, що позитивно впливає на клієнтський досвід. У [2] зазначається, що завдяки машинному навчанню та обробці природної мови ці інструменти здатні обробляти значні обсяги даних, аналізувати споживчі тенденції та оперативно адаптувати маркетингові стратегії відповідно до змін на ринку.

На базі компанії "TechNovaApp" було проведено дослідження та впроваджено GAI в маркетингових процесах. Було створено послідовність електронних листів, що було згенеровано повністю за допомогою GAI функції в маркетинговому інструменті для певної вибірки клієнтів. Аналіз отриманих даних за місяць показав, що використання GAI у маркетингових бізнес-процесах забезпечило збільшення показників зацікавленості клієнтів ("Interested") на 1.65% у квітні та 2.07% у травні (рис.1).



Рисунок 1. Показники конверсії за квітень

Також виріс рівень відповідей ('Reply rate') з 3.17% до 3.68% (рис.2).



Рисунок 2. Показники конверсії за травень

Незважаючи на помірне зростання цих показників, основною перевагою є значне зменшення часу на обробку завдань працівниками завдяки впровадженню GAI у бізнес-процес. Також це дозволяє підприємствам покращити взаємодію з клієнтами через швидкий та більш персоналізований підхід.

Висновок. Використання GAI для маркетингових розсилок демонструє потенціал технологій обробки природної мови та алгоритмів машинного навчання для аналізу даних, прогнозування тенденцій та підтримки адаптивної взаємодії. У цьому інструменті GAI не лише підвищує ефективність процесу, але й дозволяє забезпечити високу точність у прогнозуванні та аналізі, сприяючи досягненню бізнес-цілей компанії.

Література

1. Kshetri, Nir, et al., 2024. Generative artificial intelligence in marketing: Applications, opportunities, challenges, and research agenda. International Journal of Information Management 75, 102716. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102716>
2. Soni, Vishvesh. 2023. Adopting generative AI in digital marketing campaigns: An empirical study of drivers and barriers. Sage Science Review of Applied Machine Learning, 6(8), 1-15.