

Секция «Слабый и сильный искусственный интеллект в управленческих практиках»

**Место искусственного интеллекта в формировании потребительского поведения в цифровом маркетинге**

**Научный руководитель – Дудихин Виктор Владимирович**

***Чехиркина Екатерина Денисовна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра математических методов и информационных технологий в управлении, Москва, Россия

*E-mail: chekhirkina@mail.ru*

Несмотря на то, что традиционные маркетинговые технологии все еще существуют и применяются бизнесом в разных формах, конкуренция на рынке стремительно повышается, и компании должны оставаться на волне трендов, в том числе технологических, и продолжать привлекать внимание потребителей, в особенности квалифицированных потенциальных клиентов – потребителей, которые еще не являются клиентами компании, с которыми в перспективе могут быть налажены «отношения» и которые будут заинтересованы продуктами и услугами компании, оптимально – в долгосрочной перспективе.

Одним из популярных направлений для этого сегодня является цифровой (digital) маркетинг – это способ коммуникации человека и бизнеса с помощью их персональных устройств и цифровых устройств в целом. Как и традиционный маркетинг, он включает изучение потребностей клиентов, выявление их «болей», создание рекламных кампаний, привлекающих потребителей к совершению целевого действия: чаще всего – покупки товара или услуги [5].

Внедрение искусственного интеллекта значительно модернизировало сферу цифрового маркетинга, открывая новые возможности для улучшения и развития бизнеса с одной стороны, и улучшения пользовательского опыта, «сближения» с потребителями, персонализации контента – с другой [4]. Сегодня в руках специалистов в области цифрового маркетинга находится мощный инструментарий, дающий возможность проводить глубокую аналитику, внедрять новые технологии в процесс взаимодействия с потребителями, прогнозировать их потребности и поведение и сокращать время, затрачиваемое на рутинные задачи, связанные с обработкой данных и т.д [1].

Для повышения узнаваемости и продвижения, формирования необходимого потребительского поведения бизнесом используются различные тактики цифрового маркетинга, такие как email-маркетинг, SEO, SMM, оптимизация скорости конверсий, инфлюенс-маркетинг, контент-маркетинг, онлайн-PR, мобильные приложения и геймификация. С развитием и распространением искусственного интеллекта компании получают возможность оптимизировать стратегии, рекламные бюджеты, улучшить образ бренда в глазах потребителей посредством использования таких направлений искусственного интеллекта, как: аналитика, рекомендательные системы, целевая реклама, обработка естественного языка, распознавание речи, генерация контента и компьютерное зрение.

**Источники и литература**

- 1) Бостром Н. Искусственный интеллект. Этапы. Угрозы. Стратегии. М., 2016. С. 32-34.
- 2) Голосовые ассистенты (Роботы-операторы). TAdviser: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Голосовые\\_ассистенты\\_](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Голосовые_ассистенты_)
- 3) Маленький шаг искусственного интеллекта — большой для аналитики. Vc.ru: <https://vc.ru/marketing/158431-malenkiy-shag-iskusstvennogo-intellekta-bolshoy-dlya-analitiki>
- 4) Холопкина Л.В. Использование IT-сервисов для оптимизации расходов на рекламу // Вестник ВГТУ. 2014. №3-1.
- 5) Что такое диджитал-маркетинг? Про основы, принципы и технологии. Центр развития компетенций в маркетинге Высшей школы бизнеса НИУ ВШЭ: <https://marketing.hse.ru/blog/chto-takoe-didzhital-marketing/>
- 6) Artificial Intelligence (AI) Marketing Benchmark Report: 2023. Influencer MarketingHub: <https://influencermarketinghub.com/ai-marketing-benchmark-report/>
- 7) Getting Personal: Consumer Perspectives on AI in Marketing and Customer Service: <https://get.treasuredata.com/rs/714-XIJ-402/images/Consumer-Perspectives-on-AI-In-Marketing-and-Customer-Service.pdf>
- 8) M. Fishbein and I. Ajzen, Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. New York, NY: Psychology Press, 2010.
- 9) Netflix statistics & facts that define the company's dominance in 2023. Comparitech: <https://www.comparitech.com/blog/vpn-privacy/netflix-statistics-facts-figures/>