

РЕВОЛЮЦІЯ В СФЕРІ РЕКЛАМИ ТА АНАЛІТИКИ ЗА ДОПОМОГОЮ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Христенко С.С., здобувачка першого (бакалаврського) РВО*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Штучний інтелект перетворює маркетинг, надаючи йому неймовірні можливості. Реклама та аналітика стають справжньою революцією. Штучний інтелект допомагає розуміти покупців, прогнозувати їхні потреби та точно визначати ефективні кампанії реклами. Це як магія, що зробила маркетинг більш ефективним і зорієнтованим на користувача. У майбутньому ми можемо очікувати більше персоналізації та точних прогнозів завдяки цій технології.

Штучний інтелект допомагає аналізувати величезні обсяги даних, забезпечує персоналізовані рекомендації, пристосовані до індивідуальних вподобань кожного клієнта [3]. Це не тільки підвищує ефективність маркетингових кампаній, але й забезпечує кращий досвід для споживачів, що може значно вплинути на їхню лояльність [1]. Усе це робить штучний інтелект ключовим інструментом для маркетологів у розробці стратегій, спрямованих на зростання бізнесу.

Наприклад, платформи електронної комерції використовують штучний інтелект для аналізу покупок та переглядів товарів. З цими даними системи можуть запропонувати персоналізовані рекомендації та акції, що збільшує ймовірність покупки [].

Також, різні маркетингові кампанії використовують алгоритми машинного навчання для прогнозування того, які рекламні стратегії будуть найефективнішими для конкретної аудиторії. Це дозволяє оптимізувати розподіл рекламного бюджету та досягати кращих результатів.

Однією зі сфер використання штучного інтелекту є аналіз соціальних мереж. Алгоритми можуть відслідковувати та аналізувати відгуки користувачів, сприймаючи їх настрої та погляди. Це дозволяє підприємствам адаптувати свої маркетингові стратегії відповідно до змін у громадській думці та трендах.

Крім того, у сфері електронної пошти штучний інтелект використовується для створення персоналізованих розсилок. Аналізуючи інформацію про попередні взаємодії з клієнтом, система може автоматично генерувати контент, який максимально цікавий для отримувача, підвищуючи шанси на взаємодію та конверсію [2].

* Науковий керівник – *Зайка С.О., к.е.н., професор*

Штучний інтелект в маркетингу також застосовується в області чат-ботів. Ці інтелектуальні програми можуть взаємодіяти з клієнтами в режимі реального часу, відповідаючи на їхні запитання та надаючи інформацію. Це полегшує комунікацію з аудиторією та сприяє покращенню обслуговування клієнтів [3].

Крім того, у сфері аналізу відео контенту штучний інтелект може автоматично визначати, які елементи відео привертають увагу глядачів. Це дозволяє маркетологам оптимізувати створення відеоконтенту та розробляти більш залучаючі матеріали для своєї аудиторії.

Отже, використання штучного інтелекту в маркетингу відкриває широкі можливості для підприємств у покращенні взаємодії з аудиторією та оптимізації рекламних стратегій. Від аналізу даних на електронних платформах до створення персоналізованих відповідей чат-ботами, штучний інтелект революціонує підхід до маркетингової діяльності. Це сприяє підвищенню ефективності, збільшенню взаємодії з клієнтами та створює підґрунтя для інновацій у маркетинговій сфері.

Література:

1. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends of marketing development in the condition of digital economy. Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies: International scientific conference (January 22-23, 2021. Kielce, Poland). Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 2021. P. 150-154. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-028-5-31>

2. Корсунова, К.Ю. (2022). Вплив штучного інтелекту на міжнародний digital маркетинг. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*, (4 (274)), 25-30.

3. Штучний інтелект в маркетингу: нова ера просування вже настала? <https://shalabodin.com/shtuchnyj-intelekt-v-marketyngu-nova-era-prosuvannya-vzhe-nastala/> (дата звернення: 03.03.2024).

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Чаплінський Ю.Б., кандидат економічних наук, доцент,
Чернівецький торговельно-економічний
інститут ДТЕУ, м. Чернівці, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1912-4447>

Запровадження новітніх інформаційних технологій в управлінні маркетинговою діяльністю підприємств індустрії гостинності дає можливість значно підвищити ефективність та результативність роботи, шляхом впровадження передового досвіду, методів управління