Tetiana Pshenychna, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at the Department of Economics
and Management
T.H. Shevchenko National University «Chernihiv Colehium»
Chernihiv, Ukraine

DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-495-5-35

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN DIGITAL MARKETING AS NEW OPPORTUNITIES FOR BUSINESS

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В DIGITAL-МАРКЕТИНГУ, ЯК НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ БІЗНЕСУ

Традиційний маркетинг поступово відходить у минуле, поступаючись новим та свіжим ідеям і тенденціям, які вдало відповідають на виклики сьогодення. Цифрова економіка яка швидко розвивається вимагає перегляду актуальності існуючих маркетингових практик, і виникає необхідність кардинальних змін маркетингових програм. Компанії, які прагнуть бути конкурентоздатними на ринку як національному, так і міжнародному, обов'язково мають бути в тренді. Сьогодні е-маркетинг і є цим світовим трендом. Зважаючи на загальну діджиталізацію та розвиток інформаційного суспільства, смарт-економіки, процесів глобалізації породжують необхідність використання digital-маркетингу що відбувається невпинно і на різних рівнях, потрібно діяти не просто швидко – діяти потрібно миттєво. Використання прийомів digital-маркетингу є об'єктивно необхідним, при цьому сама парадигма digital-маркетинг постійно розвивається, створюючи умови для успішного розвитку і конкурентного позиціонування бізнесу. А тому актуальності набуває і питанням використання штучного інтелекту в digital-маркетингу.

Діджитал-маркетинг – це важливий елемент сучасної бізнес-стратегії, який дозволяє досягати успіху у світі високої конкуренції та постійно змінних умов ринку. Застосування діджитал-маркетинг допомагає бізнесу в залученні нових клієнтів через пошук та соціальні мережі, підвищенні впізнаваності бренду за допомогою регулярних публікацій та контенту, збільшенні продажів завдяки персоналізованим пропозиціям та ретаргетингу, а також покращує взаємодію з

клієнтами через оперативний зворотній зв'язок і підтримку в соцмережах [1].

Digital-маркетинг використовує різноманітні канали для досягнення своїх цілей. Він охоплює різні інструменти та стратегії для залучення клієнтів і збільшення продажів, використовуючи можливості інтернету та мобільних технологій.

Саме створення штучного інтелекту – не нова ідея, але в умовах digital-маркетингу вона набуває особливого змісту. Можливість машин вчитися на основі людського та власного досвіду відкриває широкі можливості прогнозування та оптимізації ресурсів компаній, обробки, аналізу та інтерпретації різноманітних джерел інформації. Окремим напрямом розвитку штучного інтелекту є створення креативного контенту, який здатний вираховувати оптимальні та унікальні параметри краще, ніж мозок звичайної людини, яка обмежена досвідом, власними звичками та обсягами засвоєної інформації [2]. До того ж штучний інтелект має широкі можливості для прогнозного моделювання із урахування великих обсягів бази даних. Це дає змогу моделювати майбутню поведінку споживачів, майбутні витрати, прибутки тощо. Здатність до аналізу великих баз даних, можливості поглиблення персоналізації звернень без втручання людини, широкі можливості забезпечення високого рівня кібербезпеки роблять штучний інтелект незамінним помічником сучасних маркетологів у досягненні ринкових цілей компаній. Серед основних напрямів використання штучного інтелекту сьогодні виділяють: створення та обробку контенту, забезпечення максимальної релевантності повідомлень, оптимізацію таргетування та ціни кліку в контекстній рекламі, індивідуалізацію спілкування зі споживачами.

До основних напрямків діджитал-маркетингу відноситься:

1. Пошукова оптимізація (SEO): оптимізація сайту для кращого відображення в пошукових системах, що підвищує органічний трафік.

2. Контекстна реклама (PPC): платні оголошення в пошукових системах або соціальних мережах, які привертають увагу на основі запитів чи поведінкових характеристик користувачів.

3. Соціальні мережі (SMM): просування бренду через Facebook, Instagram, Twitter, TikTok та інші платформи для взаємодії з цільовою аудиторією.

4. Контент-маркетинг: створення та розповсюдження цінного контенту (статей, відео, інфографік), що привертає та утримує клієнтів.

5. Email-маркетинг: використання електронної пошти для прямого зв'язку з потенційними та наявними клієнтами.

6. Influencer-маркетинг: співпраця з популярними особистостями або лідерами думок для просування товарів.

7. Мобільний маркетинг: реклама через мобільні додатки, push-сповіщення, SMS [3].

Штучний інтелект активно трансформує цифровий маркетинг, відкриваючи нові можливості для бізнесу. Варто відмітити можливості в його використанні:

1. Персоналізація контенту: штучний інтелект може аналізувати величезні обсяги даних про користувачів (їхню поведінку, уподобання, минулі покупки) і на основі цього створювати персоналізовані пропозиції. Це підвищує ефективність рекламних кампаній та покращує користувацький досвід.

2. Автоматизація процесів: штучний інтелект дозволяє автоматизувати рутинні завдання: від розсилки електронної пошти до налаштування рекламних кампаній. CRM-системи, інтегровані зі ШІ, можуть самостійно керувати маркетинговими активностями, реагуючи на дії клієнтів у режимі реального часу.

3. Оптимізація рекламних кампаній: алгоритми штучного інтелекту аналізують ефективність реклами на різних платформах, пропонують рекомендації щодо коригування бюджету та допомагають знаходити оптимальні стратегії для залучення цільової аудиторії.

4. Чат-боти: впровадження чат-ботів на основі штучного інтелекту допомагає швидко відповідати на запити клієнтів і збільшувати рівень залученості. Вони здатні підтримувати спілкування 24/7, відповідати на стандартні запитання, а також скеровувати клієнтів до відповідних відділів.

5. Прогнозування поведінки клієнтів: аналітика на основі штучного інтелекту дозволяє передбачати майбутні дії клієнтів, такі як ймовірність покупки або відписки. Це допомагає бізнесу проактивно працювати з аудиторією, створюючи спеціальні пропозиції або запускаючи кампанії для підвищення лояльності.

6. Аналіз даних та інсайти: штучний інтелект допомагає швидше обробляти великі обсяги інформації та виявляти приховані тренди

або закономірності в поведінці аудиторії. Це дозволяє приймати більш обґрунтовані рішення, коригуючи маркетингові стратегії.

7. Оптимізація SEO: алгоритми штучного інтелекту можуть автоматично оцінювати, які ключові слова та теми будуть найбільш релевантні для вашої аудиторії, покращуючи пошукову оптимізацію та видимість вашого сайту в результатах пошуку.

8. Генерація контенту: завдяки інструментам штучного інтелекту можна автоматично генерувати текстовий, візуальний і навіть відео контент. Це дозволяє значно зекономити час і ресурси на створення рекламних матеріалів.

9. Управління репутацією: штучний інтелект може автоматично відстежувати згадки бренду в інтернеті, аналізувати тональність коментарів та швидко реагувати на негативні відгуки, що допомагає підтримувати позитивну репутацію.

10. Програматик реклама: штучний інтелект використовують для автоматизованої покупки реклами в режимі реального часу. Це дозволяє більш точно таргетувати аудиторію та мінімізувати витрати, оптимізуючи рекламні бюджети.

Інтеграція штучного інтелекту в цифровий маркетинг дозволяє бізнесам бути більш ефективними, масштабованими і конкурентоспроможними. Штучний інтелект не лише спрощує рутинні процеси, але й надає цінні інсайти для стратегічного розвитку.

Література:

1. Гуйван Д.Д., Пономаренко І.В. Digital-маркетинг як сучасний бізнес-інструмент. *Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 23–24 листопада 2023 року). Полтава : ПУЕТ, 2023. С. 47–49.

2. Штучний інтелект у маркетингу: переваги і приклади використання. Webpromo. URL: https://web-promo.ua/ua/blog/shtuchnij-intelekt-umarketingu-perevagi-i-prikladi-vikoristannya/ (дата звернення: 20.10. 2024)

3. Digital-маркетинг для бізнесу. URL: https://wezom.com.ua/ua/blog/digital-marketing-6-preimuschestv-dlja-biznesa (дата звернення: 20.10. 2024)