

Хамизов Астемир Руслановичстудент магистратуры
Российский государственный гуманитарный университет
Москва, Россия**АВТОМАТИЗАЦИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА С ПОМОЩЬЮ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА**

Аннотация

В статье систематизированы ключевые преимущества использования искусственного интеллекта. Исследуются перспективы автоматизации интернет-маркетинга посредством данной технологии, проявляющейся в следующих аспектах: прогнозирование поведенческих паттернов потребителей, комплексный анализ больших данных с выявлением перспективных направлений развития, автоматизации маркетинговых коммуникаций, реализация интеллектуальных диалоговых систем – чат-ботов, оптимизация эффективности конверсионных цепочек, генерация качественного и релевантного контента. Цель статьи – анализ перспектив применения технологий искусственного интеллекта для автоматизации бизнес-процессов интернет-маркетинга. Актуальность исследования определяется высокими темпами развития ИИ-решений, предлагающих инновационные инструменты повышения эффективности цифрового маркетинга.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, автоматизация, искусственный интеллект

Коммерческий успех и финансовый результат каждой организации зависит от сформированного предложения, где важен продукт, его цена и потребительские качества. Однако, само продвижение товара зависит от эффективности маркетинговой стратегии, важной частью которой является направление интернет-маркетинга. С учётом высокого уровня рыночной конкуренции в современной России и мире, повышение качества управления маркетинговым инвентарём – актуальная задача, решение которой предлагается через использование технологий на базе искусственного интеллекта. Это путь развития бизнеса, построенного на базе современных технологий, который находится в постоянном режиме адаптации к уже давно сформировавшемуся тренду цифровизации в постиндустриальной экономике.

Важность и эффективность использования цифровых технологий в интернет-маркетинге подтверждается доказанной результативностью в условиях цифровой трансформации и интеграции инновационных решений, которые способствуют оптимизации различных бизнес-процессов и улучшают работу маркетинговых подразделений на предприятиях. Цифровые технологии постоянно развиваются, растёт качество программных решений, позволяющих более эффективно продвигать продукцию. Внедряя новые технологии и каналы маркетинговых коммуникаций повышается эффективность использования рекламного бюджета. В рамках организации интернет-маркетинга цифровые технологии решают ещё одну важную

задачу – улучшают процессы информационно-аналитической поддержки системы управления предприятием, предлагая более широкий и актуальный объем информации при реализации маркетинговой стратегии.

Анализируя структуру рынка рекламы в России, стоит отметить, что большая часть рекламных расходов российских организаций направлена именно на Интернет-рекламу. Её объем составил рекордные 386,6 млрд руб. в 2023 году. Традиционная реклама через телевидение составляет 231,5 млрд руб. (рис. 1). Исходя из этого, становится понятным, что главную роль в современной маркетинговой деятельности организаций занимает Интернет-пространство.

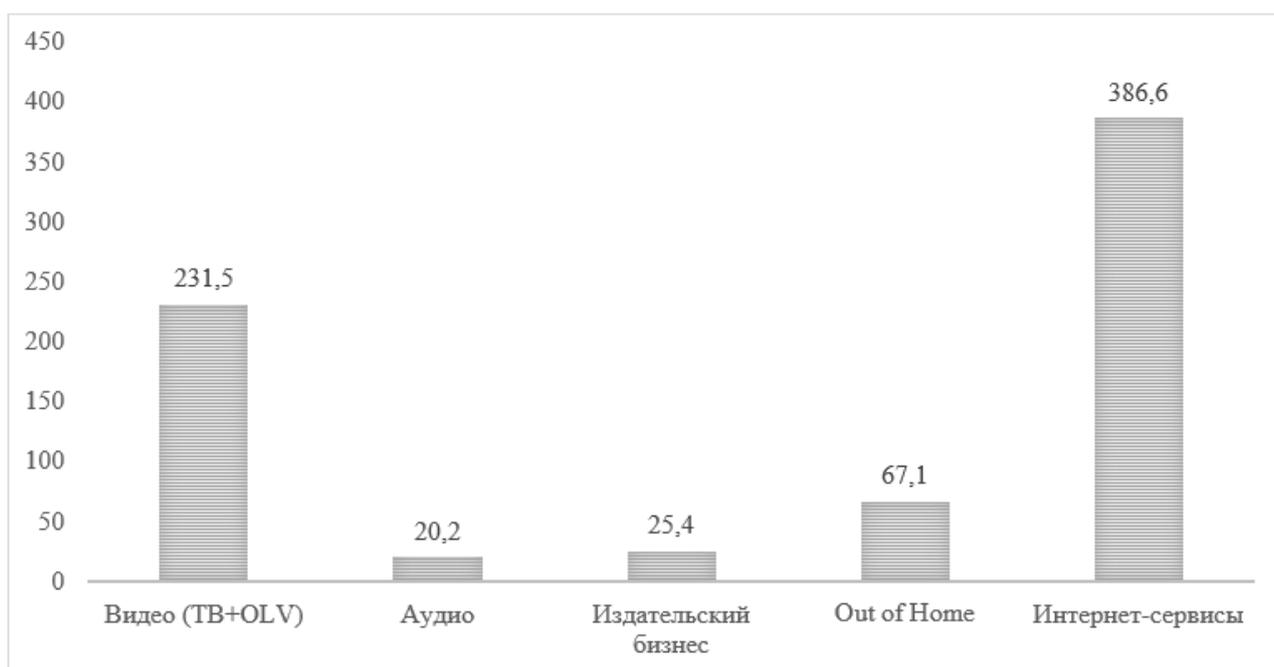


Рисунок 1 – Структура рынка рекламы по средствам рекламного продвижения в России за 2023 г., в млрд руб. [2]

В связи с этим, при совершенствовании маркетинговой кампании в Интернете важно использовать высокоинтеллектуальные технологии. При анализе популярности основных инновационных решений в практике российских компаний, можно представить следующую статистику. Она отражает то, насколько организации в России открыты к тем или иным цифровым технологиям (рис. 2).

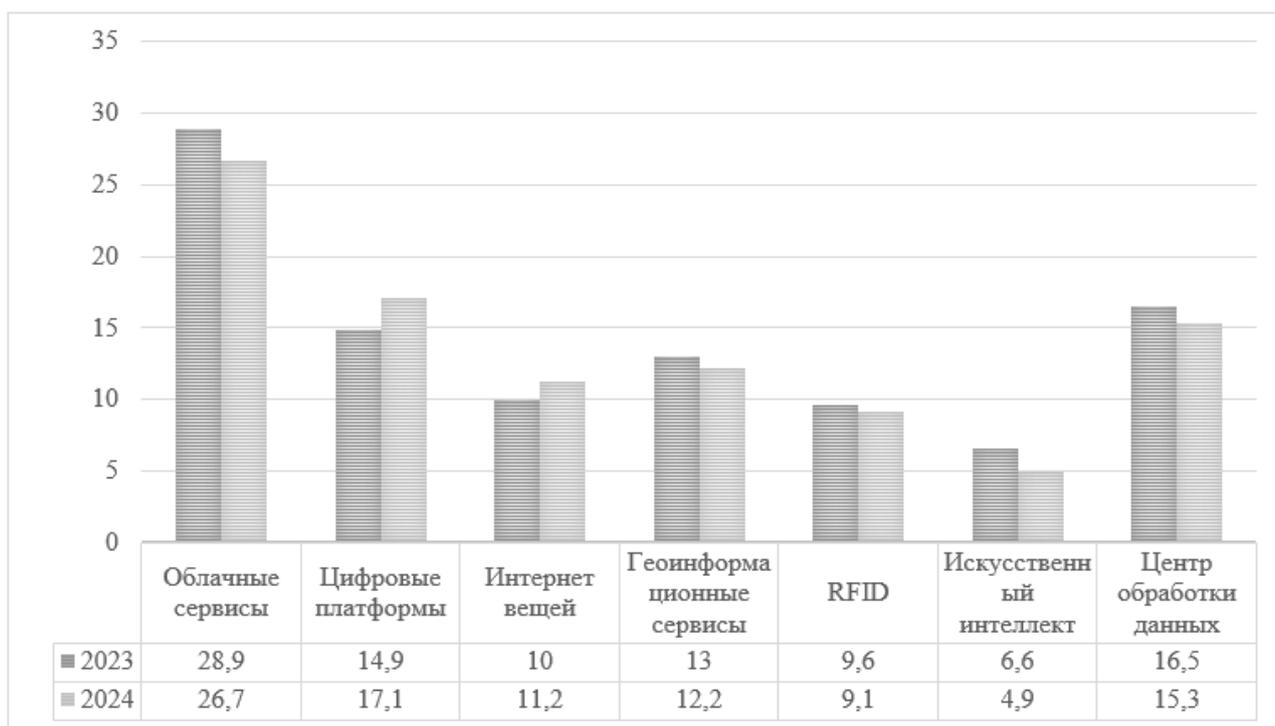


Рисунок 2 – Доля организаций, пользующихся цифровыми технологиями [1]

В 2024 г. лишь 4,9% российских организаций используют технологии искусственного интеллекта, которые способны совершенствовать работу при построении стратегии интернет-маркетинга. Хотя мы и наблюдаем снижение доли организаций, пользующихся искусственным интеллектом, в первую очередь это связано с тем, что сервисы на базе искусственного интеллекта всё чаще становятся инструментом, интегрированным в цифровые платформы. Преимуществом цифровизации интернет-маркетинга является повышение эффективности маркетинговых исследований и анализа рынка, определения точных запросов целевой аудитории, что снижает затраты бюджета на маркетинг, улучшает качество информации для специалистов маркетинга, разрабатывающих концепцию маркетинговой стратегии в Интернете.

По моему мнению, именно технологии искусственного интеллекта – приоритетные, поскольку обладают наибольшими перспективами в совершенствовании интернет-маркетинга предприятий. Это обусловлено высоким темпом развития направления ИИ и их технологическими новшествами, возможностью гибкой интеграции и значительным потенциалом использования при решении не только операционных, но и сложных, многокомпонентных задач бизнеса.

Важность и эффективность решений на базе искусственного интеллекта неоднократно подтверждена во многих отраслях и сферах экономической деятельности, что увеличивает популярность технологии при цифровизации бизнес-процессов интернет-маркетинга. Именно маркетинговое управление в сетевом пространстве предоставляет обширные возможности эффективного использования потенциала ИИ в улучшении финансовых результатов бизнес-деятельности [3; 4].

В современной практике предприятиям доступны различные программные решения, которые построены на основе технологий искусственного интеллекта и позволяют повышать эффективность различных направлений Интернет-маркетинга (рис. 3).

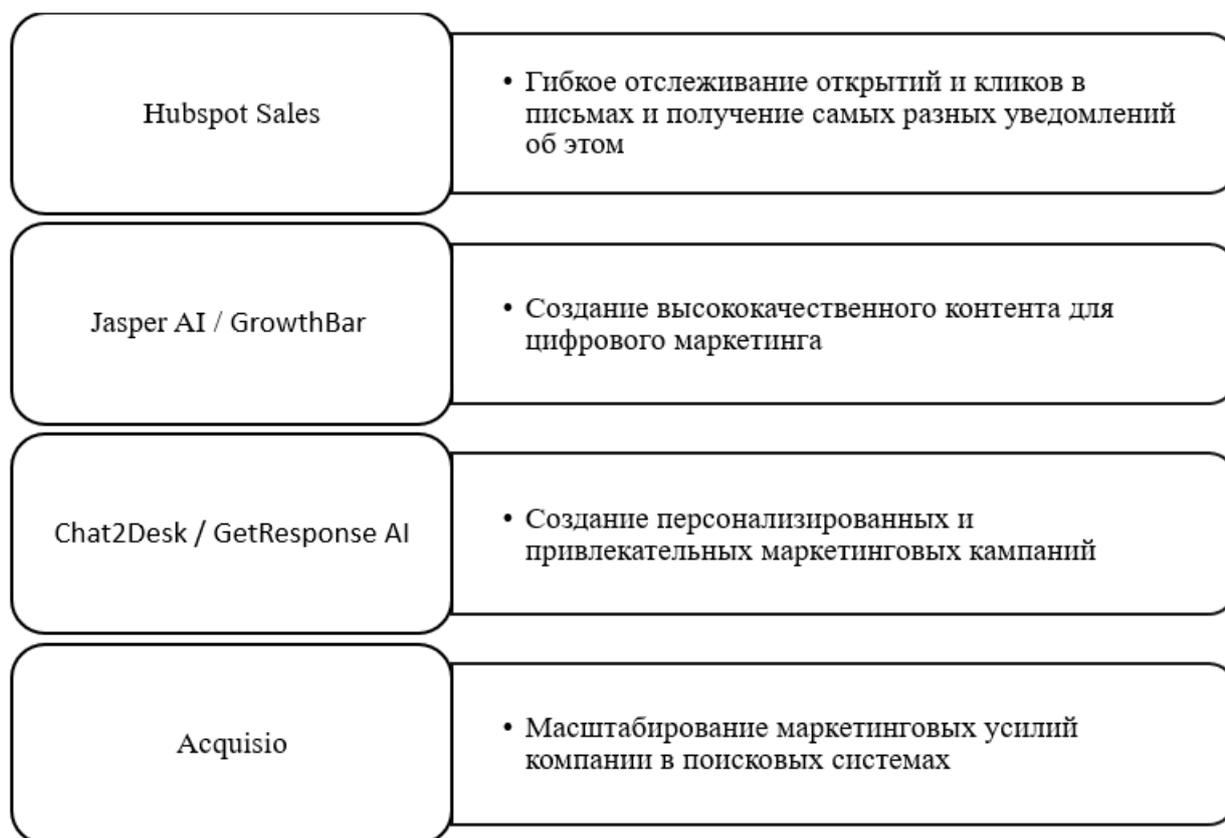


Рисунок 3 – Программные решения искусственного интеллекта в маркетинге [5]

Одной из основных возможностей по своему потенциалу при интеграции AI-решений в интернет-маркетинге заключается в их способности повышать точность анализа и прогнозирования поведения целевой аудитории. Благодаря внедрению ИИ, создаются условия минимизации рисков путем предотвращения ошибок и угроз по вине «человеческого фактора», также интегрируются сервисы автоматического

управления рекламными кампаниями, проводя их корректировку без участия персонала. Перечисленные преимущества напрямую связаны с возможностью быстрого и качественного анализа больших данных, где участие человека может замедлять процессы, снижать точность и актуальность прогнозов изменения динамики эффективности рекламных кампаний и трансформации экономического поведения целевой аудитории [7].

Главным преимуществом искусственного интеллекта в таргетинге является наличие точной и объективной информации о запросах целевой аудитории предприятия. Благодаря этому алгоритмы таргетинга, нацеленные на увеличение продаж постоянно улучшаются, позволяя компании повышать финансовые результаты своей деятельности [6].

Также, технологии искусственного интеллекта важны в области формирования контента для различных каналов интернет-маркетинга. Например, коммерческий банк Тинькофф начал с генерации изображений для обложек статей на сайте. В рамках рекламной кампании «Как быть взрослым», руководство банка поставило цель: привлечь в 5 раз больше пользователей, чем месяц ранее. Для этого были сгенерированы иллюстрации, которые после А/В-тестирования показали рост CTR до 25-30%. Это стало возможно благодаря тому, что искусственный интеллект смог за короткий срок сгенерировать большое количество баннеров с различным креативом для целевой аудитории банка. Оставалось провести тестирование и выбрать наиболее конверсионный вариант. На основании полученных результатов была проведена работа по оптимизации контента и на других направлениях, например таких как PR [8].

Другой областью применения искусственного интеллекта в автоматизации интернет-маркетинга является оптимизация обслуживания клиентов и внедрение чат-ботов. Например, при консультации клиентов ИИ в чат-боте предлагает ответы на шаблонные вопросы и адресацию к консультанту при отсутствии ответов на сложные вопросы. Также происходит автоматический прием заявок и осуществление оформления доставки, адресация на платежную форму оплаты заказа.

Кроме того, технологии искусственного интеллекта применяются в интернет-маркетинге при создании «автоворонки» продаж, где ключевым компонентом, помимо цифровых технологий, является «матрица действий», зависящая от поведения «лида». Основа воронки – это набор заранее запрограммированных действий, позволяющих эффективно вести «лида» к его первой покупке. В данном случае ИИ

позволяет быстро анализировать и применять наиболее эффективную последовательность этих действий и оперативно подстраиваться под изменения, влияющие на эффективность кампании.

Своевременный анализ позволит уже на старте кампании оптимизировать ваши действия и избежать «слива бюджета». Рекомендательная система на базе ИИ выявит слабые места вашей компании и предложит варианты ее улучшения.

Если в рекламной кампании отсутствует практика анализа данных на всех этапах, процесс продвижения продукта потребителям в лучшем случае становится неэффективным, а в худшем — хаотичным.

Автоматизация маркетинговых процессов в «автоворонке продаж» при помощи использования искусственного интеллекта, формирует следующие преимущества:

- 1) Улучшается качество планирования и прогнозирования кампаний;
- 2) За счет более релевантных и эффективных форм и каналов взаимодействия формируются длительные и надежные отношения с клиентами;
- 3) Повышается средняя стоимость среднего чека и LTV (Lifetime value);
- 4) Увеличивается выручка и прибыль компании.

Таким образом, применение искусственного интеллекта в современной практике интернет-маркетинга компаний позволяет совершенствовать работу по разработке и управлению рекламными кампаниями и маркетинговыми коммуникациями, повышая их экономическую эффективность. Данный результат возможен благодаря цифровизации и автоматизации бизнес-процессов, которые предоставляют предприятиям большие возможности при разработке маркетинговой стратегии в Интернете, генерирования рекламных материалов и взаимодействия с целевой аудиторией. Улучшается качество анализа прогнозирования поведенческих паттернов потребителей.

По этим причинам применение технологий искусственного интеллекта становится необходимым элементом маркетинговой стратегии компании, позволяя оптимизировать работу специалистов, а также сокращать Time to Market (TTM).

Бизнес-субъекты, внедряющие подобные цифровые инновации, повышают эффективность маркетинговой и рекламной деятельности за счет более глубокого понимания трендов в поведении целевой аудитории в цифровом пространстве и возможности быстро реагировать на изменения рынка.

Список использованных источников

1. Цифровая экономика: 2025: краткий статистический сборник / В.Л. Абашкин, Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишнеvский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. – 120 с.
2. Объем рынка маркетинговых коммуникаций в 2023 году. URL: https://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id10640 (дата обращения: 05.05.2025).
3. Хачатурян К.С., Пономарева С.В., Корюшов Н.В. Искусственный интеллект в маркетинге как новая концепция и бизнес-возможность для повышения эффективности компаний // Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15. № 3. EDN: LVULWZ
4. Шевченко Д.А., Крюкова Е.М., Зеленов В.В., Галстян В.В. Использование возможностей искусственного интеллекта в рекламе // Практический маркетинг. 2024. №1. С. 60-64. DOI: 10.24412/2071-3762-2024-1319-60-64 EDN: INPYMK
5. Сидорова М.Н. Искусственный интеллект в маркетинге // Восточно-Европейский научный вестник. 2023. Т. 19. № 2. С. 28-30. EDN: RWFEZP
6. Ву Нгок Ань, Кошель В.А. Технологии искусственного интеллекта и их роль в повышении эффективности рекламных коммуникаций // Практический маркетинг. 2024. №2. С. 10-15. DOI: 10.24412/2071-3762-2024-2320-10-15 EDN: KLYXEE
7. Шевченко Д.А., Крюкова Е.М., Зеленов В.В., Галстян В.В. Использование возможностей искусственного интеллекта в рекламе // Практический маркетинг. 2024. №1. С. 60-64. DOI: 10.24412/2071-3762-2024-1319-60-64 EDN: INPYMK
8. Технологии искусственного интеллекта в маркетинге и рекламе. URL: <https://advertisingforum.ru/blog/tehnologii-iskusstvennogo-intellekta-v-marketinge-i-reklame/> (дата обращения: 05.05.2025).