

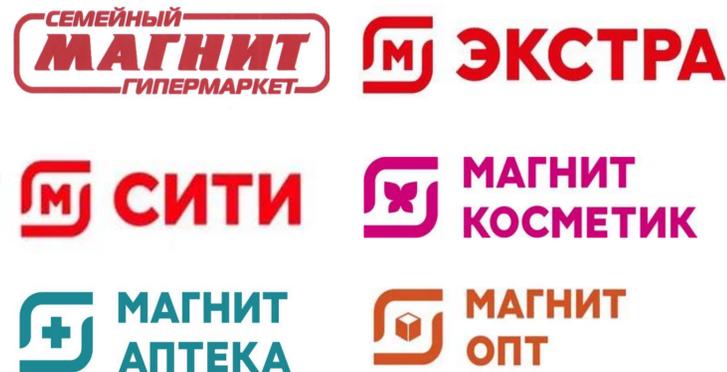
«Искусственный интеллект в контент-маркетинге интернет-магазинов: автоматизация генерации уникального контента и улучшение SEO-показателей»

Колтунова Софья, 3 курс, гр К-33, Барнаульский кооперативный техникум

Научный руководитель: Заика Т.В, преподаватель междисциплинарных курсов

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в последние годы искусственный интеллект стал важным инструментом в контент-маркетинге, особенно в сфере электронной коммерции. Интернет-магазины сталкиваются с необходимостью создания уникального и качественного контента для привлечения клиентов и повышения видимости в поисковых системах. В данной работе рассматриваются возможности применения ИИ для автоматизации генерации контента и оптимизации SEO-показателей, что позволяет значительно упростить процессы и повысить эффективность маркетинговых стратегий.

Цели данного исследования заключается в анализе того, как искусственный интеллект влияет на процесс создания контента в различных сферах маркетинга; рассмотреть, как AI помогает улучшить качество контента, повысить его целевую эффективность и оптимизировать затраты на маркетинговые кампании.



ПРЕИМУЩЕСТВА

- лидерство по количеству магазинов и покупателей;
- эффективная бизнес-модель;
- гибкая ценовая политика и ассортиментная матрица;
- развитие собственной торговой марки;
- высокая узнаваемость бренда в регионах.

СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

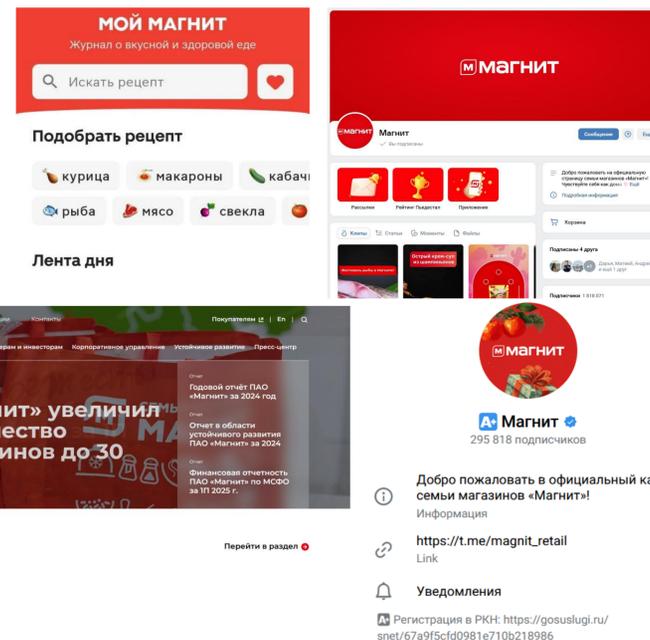
- показатели рентабельности ниже, чем у основных конкурентов;
- невысокая сумма среднего чека;
- нехватка складских помещений;
- негативное восприятие части потребителей бренда «Магнит».

ВОЗМОЖНОСТИ

- благоприятная конъюнктура рынка;
- укрепление положения на рынке за счёт роста и развития сети магазинов у дома;
- развитие новых форматов — гипермаркета и супермаркета;
- рост показателей рентабельности за счёт развития системы логистики.

УГРОЗЫ

- сложность в управлении столь широкой сетью магазинов;
- усиление конкуренции на розничном рынке;
- усиление конкуренции со стороны крупных розничных сетей;
- замедление темпов роста розничного рынка.



Одним из наиболее эффективных способов разнообразить контент является создание развлекательных рубрик, которые одновременно информируют о продукции и создают позитивный имидж бренда.

Например, можно запустить сезонную рубрику с советами по выбору товаров под названием «Как выбрать идеальный подарок». Эта рубрика будет полезной для покупателей, помогая им ориентироваться в многообразии товаров и находить подходящие варианты для различных случаев. Например, в преддверии 23 февраля рассказать о вариантах подарков из товаров магазина.



«Как выбрать идеальный подарок?»
23 февраля – это отличный повод порадовать наших мужчин и выразить им свою благодарность за защиту и поддержку. Но как выбрать подарок, который действительно понравится? Вот несколько советов от Магнит, которые помогут вам в этом!
Подарите ему возможность расслабиться после трудового дня! У нас есть стильные термосы, наборы для пикника и даже гриль-аксессуары. Идеально для тех, кто любит проводить время на природе
У нас есть множество сувениров с патриотической символикой: футболки, кружки и значки. Они подойдут как для коллекции, так и для повседневного использования.
Не упустите шанс порадовать своих близких! Заходите к нам и выбирайте идеальный подарок на 23 февраля. Мы уверены, что с нашими предложениями вы сделаете этот день незабываемым!

Акционерное общество закрытого типа «Тандер» представляет собой предприятие, занятое в отрасли производства и продажи товаров и имеющее в качестве основной цели своей деятельности - получение прибыли. По специализации данное предприятие является смешанным, т.е. реализует широкий ассортимент продовольственных товаров и универсальную группу непродовольственных товаров.

Маркетинговую политику деятельности магазина на рынке можно определить как удержание и планомерное увеличение (за счет вытеснения конкурентов) доли занимаемой на рынке. Анализируя страницу сообщества "Магнит" в ВКонтакте, можно заметить, что контент в основном сосредоточен на акциях, специальных предложениях и конкурсах.

В мобильное приложение будет интересно внедрить геймификацию: мини-игру, где пользователи могут зарабатывать баллы за победы получать скидки. Игра будет работать только при заказе товаров в приложении, из режима доставки, что увеличит количество заказов и снизит уровень стресса во время ожидания курьера при задержке заказа.