

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОПТИМИЗАЦИИ ПРОДАЖ И МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ

Борисов Дмитрий, студент III курса Автомобильно-дорожного института (филиала) «Донецкий национальный технический университет» в г. Горловка
Научный руководитель: Мельникова Е. П., д-р техн. наук, проф., заведующий кафедрой «Менеджмент организаций» АДИ ДонНТУ в г. Горловка

Актуальность исследования. В последнее время искусственный интеллект (ИИ) становится неотъемлемым атрибутом современного мира, являясь одной из самых передовых и бурно развивающихся технологий последних лет.

В России работам в области ИИ дан зеленый свет. Принята государственная программа развития интеллектуальных систем до 2030 года: выделение значительных денежных средств IT-компаниям для ускорения работ с искусственным интеллектом позволит справиться с намеченными планами [1].

Цель исследования – анализ и оценка возможности применения искусственного интеллекта в управлении продажами и маркетинге.

Методы исследования: анализ, синтез, опрос, наблюдение.

Предварительное аналитическое исследование

ИИ используется в различных сферах, включая образование, банковское дело, здравоохранение, страхование, телекоммуникации, производство, маркетинг, розничную торговлю и многие другие области (рисунок 1).

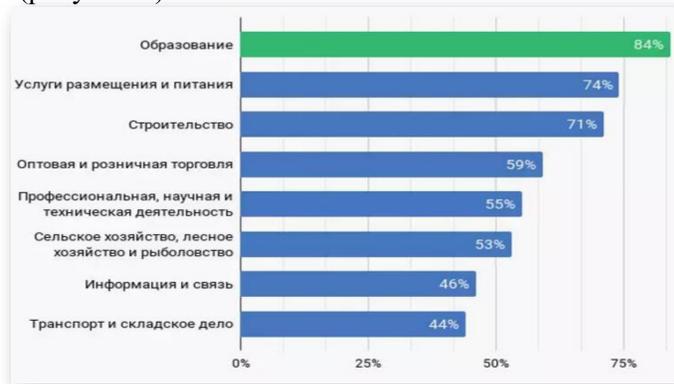


Рисунок 1 – Использование ИИ в различных сферах деятельности человека

ИИ в сфере продаж позволяет увеличить количество потенциальных клиентов на 50%, сократить время на звонки на 60%, сократить общие затраты примерно на 60% (рисунок 2) [2].

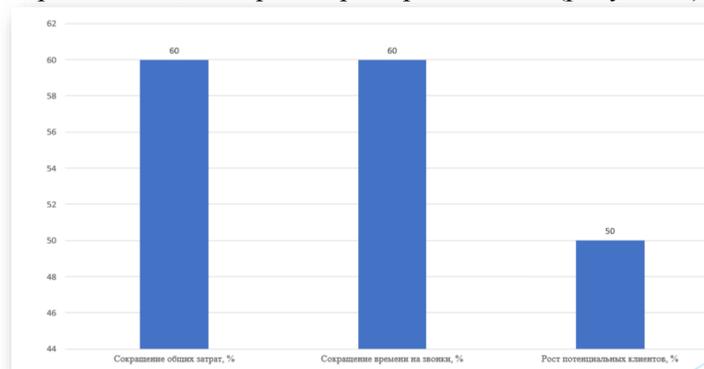


Рисунок 2 – Выгода от использования ИИ в сфере продаж

Маркетологи чаще всего доверяют искусственному интеллекту работу с таргетированной рекламой (47%) и позволяют персонализировать контент (42%) (рисунок 3).

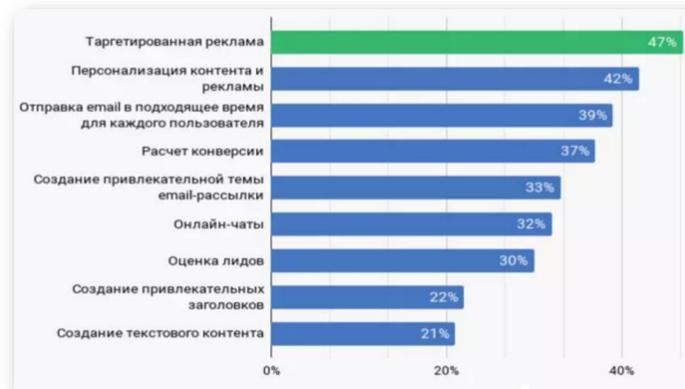


Рисунок 3 – Использование ИИ маркетологами (2023)

Результаты исследования



Рассмотрим применение и роль ИИ на конкретном примере. Компания «SteelSmart» – это успешный и динамично развивающийся бренд на рынке мобильных телефонов и компьютерной техники Донецкой Народной Республики, который был основан в конце 2015 года и на сегодняшний день зарекомендовал себя, как надежный и профессиональный партнер для своих клиентов.

Был проведен опрос среди покупателей «SteelSmart» в г. Горловке, в котором приняли участие 67 человек. В основном это были представители молодого поколения до 35 лет. Они отметили, что чаще всего в своей повседневной жизни сталкиваются с технологиями ИИ в сферах онлайн-покупок (52%) и финансовых услуг (40%); пользуются технологиями ИИ в составе таких сервисов как навигаторы, умные медиа-рекомендации, онлайн-переводчики и голосовые помощники. В целом, респонденты согласны с тем, что технологии ИИ приносят людям пользу (78%), необходимы обществу (73%) и не представляют опасности (63%) (рисунок 4)..



Рисунок 4 – Результаты опроса покупателей «SteelSmart»

Опрос был проведен и среди сотрудников компании. Можно отметить, что после внедрения ИИ магазин мобильных телефонов и компьютерной техники «SteelSmart» отметил существенный рост объемов продаж (19%), значительное расширение клиентской базы (29%), оптимизацию операционных процессов: а именно, автоматизацию рутинных задач (38%), сокращение времени обработки заказов (27%), управление запасами (47%), что подтверждает эффективность инновационных решений и их позитивное влияние на развитие бизнеса (рисунок 5).

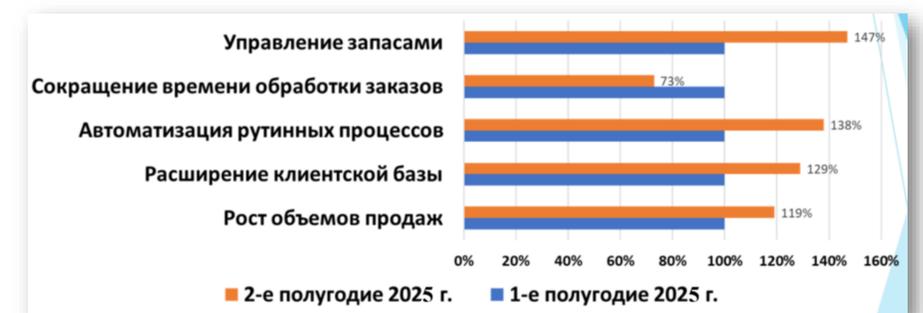


Рисунок 5 – Анализ эффективности внедрения ИИ

Вывод. Таким образом, использование искусственного интеллекта в маркетинге и продажах является неотъемлемой частью современного бизнеса и открывает новые возможности и горизонты. ИИ не только улучшает аналитику данных и автоматизирует процессы, но также способствует более глубокому пониманию клиентов и их потребностей.

Рекомендации. Однако, несмотря на многочисленные преимущества, ИИ должен служить инструментом для улучшения работы команды маркетологов и продаж, а не заменой человеческого фактора. Только совмещая навыки человека и возможностей искусственного интеллекта можно достичь наилучших результатов в сфере маркетинга и продаж, обеспечивая рост бизнеса и удовлетворение потребностей клиентов.

Список использованных источников

- Прасол, А. А. Вы сказали «искусственный интеллект»? Феномен двуликого Януса новейшей технологии / А. А. Прасол. – Москва : Техносфера, 2024. – 144 с. // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/145863.html> (дата обращения: 07.02.2026). – Режим доступа: для авторизир. пользователей.
- Более 150 основных статистических данных об искусственном интеллекте на 2025 год: кто и как использует ИИ? // Techopedia [сайт]. – URL: <https://www.techopedia.com/artificial-intelligence-statistics> (дата обращения: 09.02.2026).