

DOI 10.58351/2949-2041.2025.21.4.027

Эпштейн Михаил Залманович,
к.э.н., доцент, Санкт-Петербургский государственный
экономический университет, г. Санкт-Петербург, Россия
Epstein Mikhail Zalmanovich, Cand.Sci (Econ), Associate Professor
Saint-Petersburg State University of Economics, Saint-Petersburg, Russia

Бондаренко Дарья Андреевна,
Студент, Санкт-Петербургский государственный
экономический университет, г. Санкт-Петербург, Россия
Bondarenko Daria Andreevna, student, Saint-Petersburg State University
of Economics, Saint-Petersburg, Russia

ОПТИМИЗАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИИ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ OPTIMISATION OF ADVERTISING CAMPAIGNS USING INTERNATIONAL EXPERIENCE

Аннотация: В статье рассматриваются современные методы улучшения и упрощения создания международных рекламных кампаний в условиях высокой конкуренции с помощью искусственного интеллекта. Проводится анализ опыта крупных брендов в разных отраслях – от моды до авиации. Особое внимание уделяется роли ИИ в создании креативной рекламы с использованием нейронных сетей. Также затрагиваются возможные недостатки данного решения.

Abstract: The article discusses modern methods of improving and simplifying the creation of international advertising campaigns in a highly competitive environment with the help of artificial intelligence. The experience of large brands in different industries – from fashion to aviation – is analysed. Special attention is paid to the role of AI in the creation of creative advertising using neural networks. Possible disadvantages of this solution are also touched upon.

Ключевые слова: Искусственный интеллект, рекламные кампании, международный опыт, крупные бренды, высокая конкуренция, тренды, ChatGPT.

Keywords: Artificial intelligence, advertising campaigns, international experience, big brands, high competition.

На сегодняшний день, конкуренция среди компаний и их количество настолько высоки, что для выживания на рынке необходимо использовать все возможные технологии, методы и ресурсы.

Искусственный интеллект стал незаменим практически во всех сферах жизни, появился он достаточно давно, кто-то полагает, что он присутствовал ещё в рассуждениях Сократа, Демокрита и Платона, но официальной датой открытия термина принято считать Дартмутский семинар в 1956 году. Можно бесконечно дискутировать о том, как же зародился незаменимый помощник, но именно активное употребление его в процессах жизнедеятельности произошло пару лет назад.

Нейронные сети, помогают нам:

1. Обходиться без кассиров, так как появились кассы самообслуживания, работающие на базе машинного обучения.
2. Искать ответы на вопросы, если раньше человек самостоятельно анализировал книги, интернет ресурсы – теперь достаточно задать вопрос ИИ, ответ появится за несколько секунд.
3. В медицине тестируют внедрение ИИ для аппаратов МРТ, для более точных результатов
4. Компании создают креативные рекламные кампании, чтобы успевать следовать трендам.

И многое другое.



Перейду к сути, не зря Джек Траут написал одну из моих любимых книг “Маркетинговые войны” – название говорит само за себя, если в 90-е было 2-3 вида колбасы, и люди выбирали исходя из бюджета, а не по: красивой упаковке, престижу бренда, составу, в XXI веке – недостаточно просто создать продукт, важно уметь его продвинуть и сделать лучшим, среди тысячи других.

Крупные компании не обходятся без отдела маркетинга, где иногда несколько, а иногда сотни умов трудятся над продвижением продукта на новый уровень или стабилизации на нынешнем. Но сегодня, всё больше компаний тестируют искусственный интеллект для оптимизации рекламы.

Области внедрения нейронных сетей для оптимизации рекламных кампаний:

1. Генерация уникального контента

Можно создавать захватывающие ролики, виртуальных героев, с участием Вашего продукта, даже внедрять в рекламные кампании Клиента.

2. Персонализация рекламы

Основываясь на Ваших интересах, алгоритмы выдают персональные предложения о местах, услугах, товарах. Пример настройки такой рекламы – Яндекс Директ, после регистрации компании, предложения рекомендуются в статьях, интернет-ресурсах, приложениях для заинтересованной аудитории.

3. Аналитика рекламных кампаний

Помогает быстро и просто определить эффективность рекламных креативов.

4. Копирайтинг

Написание оригинальных текстов, от лица фирмы.

5. Прогнозирование

ИИ помогает не только предвидеть, но и задать тренды.

6. Автоматизация

Сокращение временных и финансовых затрат компании на маркетинг.

Рассмотрим несколько примеров успешных интеграций ИИ в маркетинговые стратегии известных компаний.

Авиакомпания Qatar Airways

Qatar Airways, признанная лучшей авиакомпанией по версии путешественников на 2024 год, демонстрирует активное внедрение нейросетевых технологий в свою PR-деятельность. Одним из ключевых проектов стал новогодний рекламный ролик, в котором каждый пассажир имел возможность стать главным героем благодаря применению ИИ. Данный ролик также сопровождался розыгрышем двух билетов в бизнес-класс в любом направлении. Кроме того, Qatar Airways выпустила рекламный фильм под названием «Приключение с искусственным интеллектом», вызвавший значительный интерес в социальных сетях. Важно отметить, что основной конкурент Qatar Airways, авиакомпания Emirates, пока придерживается традиционного подхода к созданию рекламных материалов, обходясь без использования ИИ.

Mastercard

Компания Mastercard представила рекламный ролик, демонстрирующий известного футболиста Лионеля Месси в детстве, показывая его путь к успеху в спортивной карьере. Эта кампания стала ярким примером использования ИИ для создания эмоционально насыщенного контента.

Coca-Cola

Помимо активного использования ИИ в рекламных проектах, Coca-Cola в сотрудничестве с Всемирным фондом природы (WWF) в 2013 году создала ролик, посвященный проблеме таяния арктических льдов. Такой подход позволил бренду привлечь внимание к экологической тематике и укрепить свое позиционирование как социально ответственной компании.



ИКЕА

Компания ИКЕА разработала приложение на базе нейросетей, позволяющее пользователям визуализировать мебель в своем интерьере. Данная инициатива демонстрирует применение ИИ для улучшения клиентского опыта и упрощения процесса выбора продукции.

Бренды одежды: Prada и Calvin Klein

В индустрии моды также наблюдаются значительные изменения, обусловленные внедрением ИИ. Например, такие известные бренды, как Prada и Calvin Klein, создали виртуальных инфлюенсеров, которые стали новыми инструментами продвижения товаров и услуг среди молодой аудитории.

Пивной бренд Carlsberg

Для создания уникальных вкусов пивного напитка, компания инвестирует миллионы евро, для анализа потребностей Клиента. Совместно с Орхусским университетом компания создала датчики, которые способны выявить отличия среди нескольких сортов пива разных марок, благодаря датчикам, время на разработку нового вкуса сокращается втрое.

Бренд Coach

Компания Aww.inc создала виртуального инфлюенсера, которым воспользовались Coach для демонстрации весенней коллекции.

Coca Cola

Благодаря искусственному интеллекту потребитель может стать посетителем музея, и с помощью бутылки Coca Cola – оживить картины и экспонаты. Также компания запускала конкурс, участники которого могли разместить свои произведения искусства, которые далее попадали на крупнейшие в мире билборды, например на знаменитую Times Square в Нью-Йорке.

Музей Дали

“Вернул Сальвадора к жизни”, посетители музея могли задавать вопросы, напрямую художнику, с помощью специального телефона в виде лобстера.

Hotel Chocolate

Сэкономили рекламный бюджет, и повысили продажи шоколадного напитка, сгенерировав мультимедиа о процессе его производства, на красивейшей плантации Сент-Люсии.

Intuit

Следуя новым трендам о денежных потоках, финансовой энергии – сделали для пользователей “Финансовую ауру”, на основе их финансовых привычек.

AI стилист Thread

Заходите на сайт магазина, вводите свои параметры: рост, вес, размер – Вам предлагаются готовые образы, из одежды в наличии, по Вашим меркам.

Т-Банк

Благодаря ИИ и алгоритмам, персонализирует кэшбек на основе предпочтений пользователя.

Nutella

Создали несколько тысяч банок, с неповторимым дизайном, каждая из которых была распродана.

На основании приведённых примеров успешного внедрения искусственного интеллекта для оптимизации маркетинговых кампаний знаменитых международных фирм, можно сделать вывод – в нынешних реалиях высокой конкуренции невозможно обойтись без внедрения новых технологий и следования трендам.



ИИ способен не только сократить временные и финансовые затраты, но и создать уникальные способы для привлечения клиентов. Персонализация рекламы, генерация уникального контента и автоматизация процессов не только повышают эффективность, но и знакомят потребителя с абсолютно новым представлением о продукте или услуге. Важно не забывать – для создания успешных кампаний, необходимо умение грамотно задать запрос нейронным сетям. Например, сегодня популярен тренд создания стилизованной куклы с деталями из вашей сферы в коробке как для инфлюенсеров, так и для брендов. Куклы получаются разными, в зависимости от составленного запроса, использованной нейросети и навыков работы с ИИ, более продвинутые пользователи не просто создают куклу, но и делают её подвижной.

Вывод: ИИ незаменимый помощник для сохранения бренда на плаву и повышения его узнаваемости на мировой арене. Благодаря опыту компаний, можно создать свой незабываемый стиль, изюминку, с минимальными затратами различного рода ресурсов. В наше время есть множество возможностей для обучения, как платного, так и бесплатного. Чем раньше вы внедрите ИИ в свои процессы, тем быстрее вы займёте высокие позиции на рынке.

Список литературы:

1. Феномен возникновения искусственного интеллекта: история возникновения и развития // Cyberleninka.ru URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-iskusstvennogo-intellekta-istoriya-vozniknoveniya-i-razvitiya/viewer>
2. Qatar Airways Takes AI Campaign Festive with Holiday-Themed Scenes and Interactive Giveaway // Qatar Airways Newsroom URL: <https://www.qatarairways.com/press-releases/en-WW/245462-qatar-airways-takes-ai-campaign-festive-with-holiday-themed-scenes-and-interactive-giveaway>
3. 7 известных брендов, которые используют технологии ИИ в маркетинге // Анкетолог URL: <https://iom.anketolog.ru/2023/02/10/iskusstvennyj-intellekt-v-marketinge?ysclid=m99gbfwc6g976305569>
4. Как Carlsberg использует искусственный интеллект для разработки новых сортов пива // Labstol URL: <https://labstol.ru/novosti-i-stati/stati/o-nauke-i-tehnologiyah/kak-carlsberg-ispolzuet-iskusstvennyi-intellekt-dlia-razrabotki-novykh-sortov-piva/?ysclid=m9v4210vat46300275>
5. Крупные бренды, такие как Coca-Cola и Intuit, делают ставку на генеративный искусственный интеллект. Познакомьтесь с 12 агентствами, которые проводят инновационные кампании. // Businessinsider URL: <https://tr-page.yandex.ru/translate?lang=en-ru&url=https%3A%2F%2Fwww.businessinsider.com%2Fways-advertisers-are-using-generative-ai-for-creative-campaigns-2024-5>
6. Искусственный интеллект в маркетинге: примеры, ограничения, проблемы и мнение Click.ru // Habr URL: <https://habr.com/ru/companies/click/articles/577036/>
7. Нейросети в маркетинге: как ИИ меняет правила игры // Svyazi-agency URL: <https://svyazi-agency.ru/blog/vliyanie-nejrosetej-na-marketing?ysclid=m9v7yz0cx0732149264>
8. ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТНК ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СЕКТОРА // Cyberleninka URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvennyy-intellekt-i-marketingovaya-deyatelnost-tnk-potrebitelskogo-sektora/viewer>

