

# БУДУЩИЕ ИЗМЕНЕНИЯ МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

## С ПОМОЩЬЮ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

**Маргарита АКУЛИЧ**

Эксперт журнала, к.э.н.

**Сергей ГЛУБОКИЙ**

Редактор журнала, к.т.н.

Перспективы AI в маркетинге мобильных технологий очень надежны и обширны. С растущим уклоном к устройству голосовой команды AI будет служить для обогащения всего пакета, в то время как экстраполяция на ценную информацию о клиентах, репозиционирующая маркетологов, запускает гораздо более мощные и целенаправленные активности.

AI усилит взаимодействие человека с роботами, предлагая четкий путь к очень эффективному и сложному образу жизни. Хотя это ожидается гораздо более скромным образом, его влияние будет глубоким, поскольку визуальные эффекты и звуки вытеснят существующую тяжелую работу машинописных систем. Более проницательная система ускорит мобильные операции, позволяющие реализовывать их в течение очень короткого времени.

### В БЛИЖАЙШЕМ БУДУЩЕМ...

Мобильный маркетинг находится на пороге уверенного расширения, которое будет определяться результатами и характеризоваться динамичной эффективностью. Очень легко понять, что высоконаправленные мобильные маркетинговые коммуникации нарушают существующее сопротивление и проблемы, препятствующие клиентам откликаться на попытки продаж.

Смесь AI и мобильных технологий была внедрена недавно, применена в небольших масштабах многими компаниями с достойными похвалы результатами. Бесспорно, что AI предлагает множество интригующих преимуществ, способных укрепить существование человека, устраняя хлопоты и усиливая нашу способность достигать отдаленных целей.

Хотя в мобильной технологии существует множество изобретений, несомненно, что применение AI станет основным требованием для перспективных мобильных технологий. AI будет диктовать траекторию мобильной технологии, переопределяя нашу концепцию изоэкономности, удобства и эффективности, когда мы думаем о мобильных устройствах.

AI сможет работать вместе с маркетологом, упрощая его жизнь, и быть намного более эффективным, чем когда маркетолог работает без AI. Создавая идеи из стога сена, AI удаляет утомительные догадки, приходящие с любой маркетинговой кампанией, в то время как маркетолог фокусирует свои усилия на более творческих и стратегических сторонах.

Ожидания повседневного потребителя постоянно растут, и маркетологам всегда приходится находиться на догоняющем уровне. Искусственный интеллект – это просто массовый шаг вперед в попытке предсказать по-

требности и желания пользователей приложений, прежде чем они даже узнают о них сами.

Нет сомнений в том, что искусственный интеллект в ближайшем будущем будет доминировать в мире мобильных приложений. В результате на мобильный маркетинг AI также будет влиять. Необходимо только найти правильный баланс между эволюцией и контролем.

Нам нужны инструменты, предоставляющие все данные, которые мы хотим иметь, и рассказать нам, что делать с этой информацией. Инновации, принесенные AI, будут влиять на мобильные приложения и мобильный маркетинг в одно и то же время. Если мы будем вести их в правильном направлении, эффекты будут вознаграждением для владельцев приложений, маркетологов и, конечно же, для пользователей.

Существует мнение, что в будущем мобильных приложений будет доминировать искусственный интеллект.

### РЕВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНДУСТРИИ

DemandBase показывает, что искусственный интеллект к 2020 году революционизирует маркетинговую индустрию.

В отчете Tractica говорится, что к 2020 году Virtual Digital Assistance достигнет более 3,3 млрд устройств.

*По словам главного аналитика Питера Кунни: «Виртуальные цифровые помощники представляют собой альянс распознавания речи, обработки естественного языка (NLP) и искусственного интеллекта (AI) и обладают потенциалом для трансформационного воздействия на потребительские и корпоративные пользовательские интерфейсы. Рынок находится на этапе, когда базовая технология способна обеспечить очень надежное решение, но все еще предстоит продвинуться по всем направлениям для улучшения работы цифровых помощников для обеспечения дальнейшего роста рынка и принятия клиентов».*

### РАСШИРЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИНТЕГРИРОВАННЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ AI

Все началось в 2010 году, когда Apple купила Siri, своего виртуального помощника от SRI



International, и запустила его в 2011 году с новым интерфейсом в составе iOS 5. Он развивался на протяжении многих лет, но теперь у него есть серьезные конкуренты – Google Assistant, Alexa Amocha Echo's Alexa и Cortana от Microsoft. Бизнес-инсайдер предоставляет очень подробное сравнение всех этих вариантов, когда дело касается приложений с искусственным интеллектом. Но основным аспектом является число задач, выполнение которых возможно с использованием AI.

Это настолько впечатляет, что приложение может делать только с помощью алгоритмов искусственного интеллекта. Например, Kraft Foods iPhone Assistant может угадать количество людей в вашей семье, или он может предоставить полезные рецепты для вас с использованием остатков предыдущих, не съеденных блюд. Он мгновенно создает списки покупок и предлагает вам решения для специальных мероприятий или праздников.



Он даже помогает вам покупать ингредиенты, принимая во внимание фактор наличия/отсутствия у вас карточки лояльности в супермаркете. Кто знает, может быть, однажды он приготовит ужин на вашей собственной кухне, и вы останетесь там только для дегустации еды.

### УЛУЧШЕНИЕ МОБИЛЬНОЙ Е-КОММЕРЦИИ И ЕЕ РЕКЛАМЫ

Это все о предвкушении. Благодаря новым инструментам, таким как чат-боты, помогающим покупателям совершать финансовые транзакции без усилий, у AI, похоже, есть светлое будущее для приложений электронной коммерции.

Более того, интеграция AI в розничные приложения приведет к тому, что магазины узнают, что клиенты хотят, еще до них самих. Это станет огромным шагом для маркетинговых инструментов в этой области, потому что будут удивительные клиенты с привлекательными для них объявлениями. Интеграция AI с мобильным eCommerce унифицирует обоих, чтобы имеющие приложения клиенты получали в целом лучший опыт.

### УТОЧНЕНИЕ ПАРАМЕТРОВ ТАРГЕТИНГА ОБЪЯВЛЕНИЙ

Чего действительно хотят владельцы приложений и обильные маркетологи – это конвертировать объявления в интересные и интерактивные элементы ради привлечения клиентов. Искусственный интеллект выполнит эту работу. Поскольку реклама будет ориентирована на потребности пользователей, она будет создана специально для подключения клиентов к решениям их собственных проблем.

Таким образом, AI повысит эффективность применения маркетинговых стратегий, определив шаблоны для лучшего таргетинга. Он будет использовать прошлые данные для текущих и будущих пользователей. AI поможет маркетологам понять предпочтения пользователей и выбрать правильное время для каждого подхода. Недостаточно понимания потребностей клиентов, очень важно выяснять, когда вам нужно их применять. Одной из проблем использования программной рекламы является необходимость получения более точных данных. Ну так искусственный интеллект вот-вот это исправит!



### **ЛОКАЛИЗАЦИЯ СТАНЕТ ЕЩЕ БОЛЕЕ ВАЖНОЙ**

Поскольку интегрированные приложения AI будут сосредоточены на голосовом управлении, имеет смысл полагать, что владельцы приложений сосредоточат усилия на локализации своих продуктов.

Подумайте о роли телефонов, которая имела место всего несколько лет назад, и наблюдайте, где мы находимся сегодня. Искусственный интеллект предоставит маркетологам все данные от пользователей и проанализирует их, чтобы маркетологи, вооруженные опытом, могли общаться с пользователями на их языке.

### **МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА СТАНЕТ БОЛЕЕ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННОЙ**

На каком-то уровне все мы должны быть поняты людьми и машинами. С развитием чатов мы можем представить, что мы говорим с человеком-помощником, а не с виртуальным помощником. Как говорит Сара Остин, эксперт по искусственному интеллекту: «Персонализация требует эмоционального интеллекта».

Мы ожидаем, что приложения будут предсказывать наши намерения и действовать так, как будто они читают наш разум. Это невозможно, если информация обобщается. С каждым уровнем персонализации будет создаваться впечатление, что мобильное приложение действительно знает пользователя. Хотя комбинация Mobile с персонализацией и искусственным интеллектом появилась лишь недавно как тренд, она определенно будет развиваться в будущем, т.к. данная комбинация является выигрышной.

### **ОПЫТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПРИЛОЖЕНИЙ УЛУЧШИТСЯ**

Цель AI – лучше понять действия пользователей и дать им предложения по улучшению их жизни. Это произойдет в более простой форме, что позволит пользователям сосредоточить внимание на том, что действительно важно. Все взаимодействия будут основываться на изображениях или голосах, оставляя простой текст для менее современных приложений, которые в конечном итоге окажутся в темноте из-за скучных интерфейсов. Интуитивные страницы улучшат способ выполнения задач.