

**JEL Classification: M31, O32, C80**

**Софія КОРИНЬ**

*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, спеціальність 075 «Маркетинг»  
Національний університет «Львівська політехніка»*

**Юлія ТРИФОНОВА**

*асистент кафедри маркетингу і логістики Інституту економіки і менеджменту  
Національний університет «Львівська політехніка»*

**Sofia KORIN**

*Bachelor's degree student, specialty 075 "Marketing"*

*Lviv Polytechnic National University*

*Sofia.korin.mk.2022@lpnu.ua*

**Yuliia TRIFONOVA**

*assistant at the Department of Marketing and Logistics, Institute of Economics and Management*

*Lviv Polytechnic National University*

*Yuliia.i.trifonova@lpnu.ua*

## **РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛІЗОВАНОГО МАРКЕТИНГУ**

### **THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE DEVELOPMENT OF PERSONALIZED MARKETING**

**Анотація.** Розглянуто роль штучного інтелекту у сучасному маркетингу, а також основні його функції, такі як дослідження ринку, чат-боти, цифрова реклама, SEO та перспективи його розвитку. Проаналізовано вплив штучного інтелекту на персоналізацію маркетингових кампаній, автоматизацію процесів та покращення взаємодії з клієнтами.

**Ключові слова:** штучний інтелект, маркетинг, персоналізація, аналіз даних, дослідження ринку, чат-боти.

**Abstract.** The role of artificial intelligence in modern marketing, as well as its main functions such as market research, chatbots, digital advertising, SEO and its development prospects are considered. The influence of artificial intelligence on personalization of marketing campaigns, automation of processes and improvement of interaction with clients is analyzed.

**Keywords:** artificial intelligence, marketing, personalization, data analysis, market research, chatbots.

В умовах цифрової трансформації та зростання обсягів даних штучний інтелект стає необхідним інструментом для автоматизації процесів і персоналізації маркетингу. Щоб бути конкурентоспроможними, компанії можуть використовувати його для аналізу ринку, покращення взаємодії з клієнтами та прогнозування тенденцій.

Штучний інтелект — це комплекс технологій, що дозволяє гаджетам виконувати різноманітні складні завдання. Він може розуміти та перекладати письмову та усну мови, аналізувати дані, надавати поради та багато іншого. Штучний інтелект використовується в маркетингу для автоматизації процесів, покращення взаємодії з клієнтами та аналізу великих обсягів даних [1].

Персоналізований маркетинг — це метод, який використовує дані, щоб створити унікальний підхід до цільової аудиторії. Надання споживачам можливості отримати

важливий та практичний досвід, підвищуючи лояльність до бренду, є головним завданням запровадження персоналізації в маркетингу.

Таку стратегію можна реалізувати за допомогою великої кількості інформації, яку підприємства збирають про свою цільову аудиторію. За допомогою цих даних, які включають демографічні дані, історії покупок і поведінку в Інтернеті, маркетологи можуть краще зрозуміти потреби, бажання та потреби кожного споживача [2]. Серед основних функцій штучного інтелекту в маркетингу є такі:

- дослідження ринку (частково): інформаційні технології перевершують традиційне дослідження ринку та навіть людей у багатьох аспектах. Штучний інтелект може допомогти саме зі збором цих даних. Штучний інтелект дозволяє збирати зворотний зв'язок і скорочувати час, необхідний для проведення досліджень ринку, що є однією з переваг штучного інтелекту. Наприклад, платформа на основі штучного інтелекту автоматично генерує звіти про дослідження та повністю самообслуговується;

- чат-боти для ефективності маркетингу: це програми, які імітують реальну взаємодію з людьми за допомогою веб-сайтів, мобільних додатків і телефонів. Чат-бот виконує функції менеджера, автоматично відповідаючи на запитання клієнтів. Він важливий для маркетингу, оскільки надає підтримку цілодобово та оперативно реагує на запити;

- цифрова реклама та штучний інтелект: ця система аналізує вік, стать і інтереси користувача. Штучний інтелект миттєво запам'ятовує, що потрібно клієнту, коли він шукає товар або послугу в Інтернеті, і пропонує подібні товари на різних платформах. Таким чином, користувачі стають цільовою аудиторією для підприємств і брендів, які пропонують товари та послуги, які їх цікавлять;

- штучний інтелект і SEO: штучний інтелект є важливою частиною SEO, щоб створювати кращий контент і підвищувати рейтинги сторінок. Існує велика кількість ефективних інструментів SEO на основі штучного інтелекту, які можуть допомогти вам відстежувати та досліджувати веб-сайти конкурентів, створювати та покращувати ключові слова, проводити аналіз трафіку та виконувати інші завдання [3].

Крім того, хоча штучний інтелект може допомогти маркетологам у багатьох сферах, він ще має багато майбутніх можливостей, ось деякі з прикладів, які можуть запрацювати вже цього року:

Розширена персоналізація: персоналізація є важливим компонентом успішного маркетингу. Уже тривалий час компанії в мережі групують свою потенційну аудиторію за різними критеріями, такими як вік, стать, вподобання в товарах і цінові зони. Що більш детальна сегментація, то більш точні пропозиції. Однак штучний інтелект здатний прибрати обмеження бюджету і зробити персоналізацію глибшого рівня доступною для бізнесів будь-якого рівня, що виражається таким чином: штучний інтелект може самотужки створювати «атомарні» групи за безліччю характеристик, що дозволяє ще детальніше сегментувати аудиторію. Чим точніші будуть визначені індивідуальні бажання та характеристики, то точнішою буде пропозиція. Крім рекомендацій, це допоможе створювати та пропонувати контент, який відповідає вподобанням, а також унікальні поєднання товарів і послуг. А також, це дасть змогу більш ретельно проєктувати та адаптувати маркетингові інструменти, такі як лендинги та електронні листи.

«Гіперперсоналізація» — це термін, який використовується для опису цієї ідеї. Вона теоретично повинна враховувати демографічні дані та історію дій користувача, щоб надавати пропозиції миттєво. Сьогодні Netflix є найвідомішим прикладом штучної персоналізації. Аналіз надзвичайно великої кількості даних також критично важливий для втілення цієї ідеї в зовсім іншому форматі. Окрім того, штучний інтелект може вирішити це завдання.

Чат-боти + розмовний штучний інтелект: всупереч тому, що чат-ботами користуються уже кілька років (вони дають відповіді на легкі питання, скеровують на сайти та полегшують пошук інформації), вони можуть стати незалежною системою ШІ-підтримки вже найближчим часом. Ці системи зможуть усвідомлювати і зберігати діалог зі всіма

споживачами, використовуючи його суть для розробки унікальних підходів і рекомендацій для можливих запитів; чати підтримки зможуть спілкуватися голосовими повідомленнями одразу. А також це дасть змогу скоротити відстань між «комп'ютером» і клієнтом.

Попри те, що можна було припустити, що схожа технологія з'явиться ще не скоро, та це не так. ChatGPT, розроблений OpenAI у 2023 році, вплинув на світ чат-ботів. Після цього підприємство ще неодноразово оновило чат, і в травні 2024 року в неймережу було інтегровано розумний голосовий помічник на основі GPT-4o. Такі технології можуть збільшити конверсію та персоналізацію рекламних кампаній, одночасно зменшуючи витрати, скоротивши персонал служб підтримки. Зараз бізнес-гіганти включають чат-боти у власні інформаційно-пошукові сервіси.

Передбачення тенденцій: штучний інтелект може аналізувати безліч інформації, що робить бренди надзвичайно здатними передбачати потреби клієнтів. Це означає, що замість того, щоб базуватися лише на історичних даних, будь-які маркетингові кампанії та інші рішення будуть базуватися на прогнозуванні майбутніх тенденцій.

Штучний інтелект може аналізувати безліч даних, що робить його надзвичайно здатним передбачати потреби клієнтів. Це означає, що замість того, щоб базуватися лише на історичних даних, будь-які маркетингові кампанії та інші рішення будуть базуватися на прогнозуванні майбутніх тенденцій. Окрім високого рівня персоналізації та передбачення споживчих тенденцій, це дозволить компаніям швидко адаптуватися до змін. Як для клієнтів, так і для конкурентів. Використовуючи дані про активність у мережі, історію покупок і навіть настрої — одномоментні та «сезонні» — штучний інтелект може виявити приховані патерни. Також системи машинного навчання можуть забезпечити конкурентну перевагу будь-якого бренду за допомогою рекомендацій щодо бізнес-дій.

Крім того, це покращить розподіл бюджетів і принесе локальні переваги, такі як підвищення конверсії, зниження витрат і зміцнення позицій на ринку [4].

Загалом, сьогодні штучний інтелект є важливим інструментом у сучасному маркетингу, оскільки він дозволяє автоматизувати процеси, аналізувати великі обсяги даних і адаптувати взаємодію з клієнтами. Штучний інтелект підвищує ефективність маркетингових кампаній, оптимізує витрати та покращує досвід клієнтів.

Зокрема, штучний інтелект сприяє дослідженню ринку, розробці чат-ботів для підтримки клієнтів, оптимізації цифрової реклами та оптимізації веб-пошуку. Нові можливості для прогнозування ринкових тенденцій, гіперперсоналізації та створення «розумних» чат-ботів відкрилися завдяки розвитку штучного інтелекту.

Підприємства, які активно впроваджують штучний інтелект у свої маркетингові стратегії в умовах швидкого розвитку технологій, отримують значні конкурентні переваги та можливість краще задовольняти потреби сучасних споживачів.

### *Література*

1. Штучний Інтелект у маркетингу, де це працює та які інструменти використовувати, URL: <https://guildofmarketing.com/shtuchnyy-intelekt-u-marketyngu/>
2. Що таке персоналізований маркетинг: топ 5 трендів та прикладів, URL: <https://apix-drive.com/ua/blog/marketing/sho-take-personalizovanij-marketing-top-5-trendiv-ta-prikladiv#sho-take-personalizovanij-marketing>
3. Штучний інтелект (ШІ) в маркетингу, URL: <https://careers.group107.com/uk/blog/shtuchnij-intelekt-shi-v-marketingu/>
4. Вплив штучного інтелекту на маркетинг: що очікувати у 2025 році, URL: <https://thepage.ua/ua/experts/vpliv-shtuchnogo-intelektu-na-marketing-sho-ochikuvati-u-2025-roci>

### ***References***

1. Artificial intelligence in marketing, where it works and what tools to use, URL:  
*<https://guildofmarketing.com/shtuchnyy-intelekt-u-marketyngu/>*
2. What is personalized marketing: top 5 trends and examples, URL: *<https://apix-drive.com/ua/blog/marketing/sho-take-personalizovanij-marketing-top-5-trendiv-ta-prikladiv#sho-take-personalizovanij-marketing>*
3. Artificial intelligence (ai) in marketing, URL:  
*<https://careers.group107.com/uk/blog/shtuchnij-intelekt-shi-v-marketingu/>*
4. The impact of artificial intelligence on marketing: what to expect in 2025, URL:  
*<https://thepage.ua/ua/experts/vpliv-shtuchnogo-intelektu-na-marketing-sho-ochikuvati-u-2025-roci>*