

НЕЙРОКРЕАТИВ КАК НОВЫЙ УРОВЕНЬ КОММУНИКАЦИИ

В настоящее время происходит интенсивная цифровизация экономики. Увеличивается количество инноваций, запускаются принципиально иные модели управления бизнесом и новые способы осуществления инвестиционных стратегий.

В маркетинг как в часть экономики активно внедряются современные технологии, в частности набирает популярность использование нейросетей для создания креативов.

Объектом исследования являются нейрокреатив и другие инструменты искусственного интеллекта. Основные задачи: изучение явления искусственного интеллекта в создании рекламы; рассмотрение основных инструментов, применяемых для создания нейрокреативов; исследование восприятия рекламы, созданной нейросетью. Основная цель исследования: составить рекомендации к внедрению и успешному применению нейрокреативов на белорусском рынке.

Нейросеть — компьютерная система, которая имитирует работу человеческих нейронов, чтобы обрабатывать и анализировать данные. Нейросеть может использоваться для многих задач, таких как распознавание образов, голосовой и текстовый поиск, анализ данных и прогнозирование. Основным отличием от других технологий является ее обучаемость.

Нейрокреатив — создание новых творческих произведений с помощью нейросетей. Это процесс, который комбинирует и трансформирует данные, чтобы создать новый контент, который является уникальным и оригинальным. Такой инструмент может эффективно использоваться в маркетинге по следующим направлениям:

- создание графического контента (нейросети Midjourney, Lexica, Replicate);
- создание текстового контента, получение информации по запросу (нейросети ChatGPT, Rytr, Gerwin);
- создание презентаций (Slidesai), редизайн сайта (Ukit AI), развитие коммуникативных навыков (Yoodli).

С целью определения отношения потребителей к контенту, созданному искусственным интеллектом, были проведены опрос и фокус-группа. В опросе приняли участие 102 респондента возрастом не старше 25 лет, 58 % из которых связаны в своей деятельности с рекламой и маркетингом. Проанализировав ответы респондентов, сделан вывод, что нейросеть является экономически эффективным, развивающимся инструментом, который в будущем может заменить специалиста. К оригинальным нейрокреативам потребители относятся положительно, поскольку они привлекают своей неординарностью и создают инфоповод для продвижения. В фокус-группе приняли участие студенты факультета маркетинга и логистики (10 чел.). Большинство участников остаются приверженцами tradi-

ционной рекламы, так как им важно чувствовать ценность труда, вложенного в создание рекламной кампании.

Нейросеть — экономически эффективный инструмент, поэтому может быть использован в деятельности белорусских компаний. Он может постепенно внедряться для решения определенных задач: генерация контента, ведение социальных сетей, разработка сайтов, создание модели покупок и составление прогнозов на основе полученных данных. Были разработаны следующие предложения по внедрению нейросетей в деятельность белорусских компаний: разработка принтов и дизайнов для одежды предприятия Mark Formelle; генерация специального вкуса сувенирных конфет, ассоциирующихся с Беларусью, для кондитерской фабрики «Коммунарка»; создание портретов основных сегментов клиентов «Беларусбанка». Это поспособствует увеличению конкурентных преимуществ, лояльности потребителей, а также созданию инфоповодов вокруг компании.