

5. Опросы и интервью. Условно все опросы можно разделить на интервью и анкетирование. Интервью — опрос, проводимый в форме беседы исследователя с респондентом. Анкетирование — письменный опрос (в бумажном или электронном виде) по заранее строго сформулированным вопросам.

6. Упоминания в СМИ и социальных сетях. Именно упоминания бренда в СМИ и социальных сетях в настоящее время могут оказывать значительное влияние на мнение конечного потребителя о бренде.

Таким образом, в данной работе представлены основные метрики, о которых нужно знать любой компании, которая заинтересована в узнаваемости и успешности своей продукции. Это поможет сохранить узнаваемость бренда в изменчивой конъюнктуре рынка и оперативно корректировать свои маркетинговые стратегии в ситуациях, когда появляются новые конкуренты, меняется спрос и предложение.

### **Источники**

1. Как измерить узнаваемость бренда: 5 способов + разбор на реальном кейсе [Электронный ресурс] // PPC.world. — Режим доступа: <https://ppc.world/articles/kak-izmerit-uznavaemost-brenda-5-sposobov-razbor-na-realnom-keise/?ysclid=lwaeueue tk226990985/>. — Дата доступа: 07.03.2024.

2. По знакомству: что такое узнаваемость бренда и как ее повысить [Электронный ресурс] // Яндекс Практикум. — Режим доступа: <https://practicum.yandex.ru/blog/uznavaemost-brenda-kak-ee-povysit/>. — Дата доступа: 09.03.2024.

**П. С. Белонович**

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Е. Ю. Шаврук  
БГЭУ (Минск)*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОБЛАСТИ B2B**

Искусственный интеллект играет важную роль в современном мире. По итогам 2023 г. стартапы в области искусственного интеллекта привлекли на развитие рекордные 27 млрд долл. [1] А по аналитическим данным, темпы роста ИИ в ближайшие 5 лет составят 37,3 % в год [2]. Это свидетельствует об актуальности искусственного интеллекта в будущем, перспективах его применения и интеграции в бизнесе.

В маркетинге искусственный интеллект находит широкое применение. Генераторы текста могут бесплатно выполнять различные задачи, связанные с подготовкой материалов. ИИ может анализировать конкурентов и выявлять недостатки бизнеса, выявлять предпочтения и поведение потенциальных покупателей для создания персональных рекомендаций, автоматизировать отправку писем и со-

общений. Благодаря сложным методам таргетирования и анализу данных рекламодатели могут создавать гиперцелевую рекламу, обращенную непосредственно к каждому отдельному пользователю. Это, в свою очередь, очень хорошее предложение для B2B-компаний, где покупателей намного меньше и к каждому нужен свой, индивидуальный подход.

В маркетинге B2B можно использовать следующие нейросети (см. таблицу):

1. GetResponse AI — комплексная платформа интернет-маркетинга для бизнеса, которая решает сразу несколько проблем с автоматизацией и персонализацией имейл-рассылок.

2. YandexGPT — чат-бот с генеративным искусственным интеллектом, который может серьезно помочь маркетологам. Для примера, YandexGPT может дать идеи для ивент-маркетинга. Одним из таких мероприятий нейросетью предлагается маркетинговый фестиваль. Так, например, некоторые B2B-компании с целью повышения узнаваемости бренда принимали участие в «M.A.D. Fest» — студенческом фестивале маркетинга и рекламы, который проводился на базе факультета маркетинга и логистики БГЭУ. Это действительно свидетельствует о прикладных советах искусственного интеллекта.

3. В B2B-маркетинге для создания привлекательных изображений и видео можно использовать нейросеть от «СберБанка» — Kandinsky. Она может генерировать контент для социальных сетей, баннеры и инфографику, улучшая визуальное представление продуктов и услуг. Автоматизация процесса создания изображений и видео позволяет экономить время и ресурсы, что положительно сказывается на эффективности маркетинговых кампаний.

Нейросети

Название	Суть	Предпочтительный язык	Сложность использования	Стоимость	Особенности
GetResponse AI	Автоматизация и персонализация имейл-рассылок	Английский	3/10	от 10 до 100 евро	Бесплатный пробный период в течение 30 дней
YandexGPT	Генерация идей, работа с текстом, анализ данных	Русский	6/10	от 0,2 руб. за 1000 токенов	Интеграция с другими Яндекс-приложениями
Kandinsky	Создание и редактирование изображений	Русский	5/10	Бесплатно	Большая зависимость от точных и подробных запросов

В целом искусственный интеллект автоматизирует работу и может помочь B2B-маркетологам. Но это не значит, что маркетологи больше не нужны. И дает идеи, может подсказать цепляющие фразы и громкие заголовки, может давать хорошие советы, однако прислушиваться к ним или нет — решение маркетолога.

Для бизнеса он недорогой, иногда даже бесплатный, а относительная простота использования дает возможность повышать производительность без длительной подготовки и переобучения.

### **Источники**

1. Искусственный интеллект (мировой рынок) [Электронный ресурс] // TAdviser. — Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/a/425392>. — Дата доступа: 11.03.2024.

2. Искусственный интеллект в цифрах и фактах [Электронный ресурс] // РБК. — Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/657963559a79474dd4bc9b88>. — Дата доступа: 11.03.2024.

**М. Д. Беляшова, Д. А. Силевич**

*Научный руководитель — кандидат психологических наук Ж. М. Голанова  
БГЭУ (Минск)*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В В2В-СЕКМЕНТЕ С ПОМОЩЬЮ ХОЛОДНЫХ РАССЫЛОК**

В современном бизнесе компании вынуждены прибегать к новаторским способам привлечения клиентов для повышения конкурентного преимущества своих товаров и услуг. В этом исследовании мы рассмотрим, как применение искусственного интеллекта (ИИ) в холодных рассылках может улучшить маркетинговую стратегию для бренда «Шоколадово» в В2В-сегменте. Цель работы — разработать методику использования ИИ в холодных рассылках для оптимизации маркетинговой стратегии в В2В. Задачи: повышение эффективности холодных рассылок, оптимизация использования ИИ в маркетинге.

Искусственный интеллект позволяет упростить многие процессы в создании и распространении контента [1].

Этапы работы с имейл-рассылками бренда «Шоколадово»:

- сбор адресов электронной почты;
- сегментация аудитории (ИИ может помочь персонализировать письма на основе имени, местоположения, истории покупок клиента);
- создание контент-плана для рассылки (нейронные сети могут предложить оптимальный план с учетом интересов и потребностей аудитории);
- создание контента (ИИ может быть использован для генерации заголовков, текстов сообщений, изображений или даже видеороликов);

Форматирование и дизайн (нейронные сети могут создавать привлекательные рассылки в виде HTML-кода);

- отправка (ИИ проверяет письма на соответствие спам-фильтрам);
- отслеживание результатов (открытия, клики, конверсии и отписки).