# Как нейросети влияют на современный маркетинг

Нейросети или искусственный интеллект (ИИ) стремительно развиваются. К ним можно отнести поисковые системы, которые проводят анализ контента на интернет-ресурсах, чат-боты для общения с потенциальными клиентами интернет-магазинов, есть даже нейронная сеть, которая умеет распознавать настроение людей на улицах городов.

Конечно, искусственному интеллекту еще очень далеко до уровня человеческого, даже несмотря на высокие темпы развития. Но, у нейросетей есть один весомый плюс – это скорость их работы, которая значительно превосходит скорость работы человека. Вот только итоговое качество готового продукта значительно уступает.

## Что такое нейросеть и как она работает?

Нейросеть – это взаимодействие искусственных нейронов, которые связываются между собой в цепочки, наподобие нервной системы живого организма. Нейроны в искусственной нейросети представляют собой математические алгоритмы, которые отвечают за распознавание, обработку и хранение информации. Взаимодействуя друг с другом, нейроны искусственной нейросети, производят анализ полученной информации, и таким образом способны «увидеть картину» целиком.

Нейросеть можно обучать, задавая как можно больше алгоритмов, но также, она вполне может развиваться самостоятельно. Искусственный интеллект вполне способен самостоятельно найти решение даже сложной задачи, воспользовавшись заданными алгоритмами в различных конфигурациях. Наглядным примером, может стать игра в шахматы с компьютером. Человеку будет сложно превзойти искусственный интеллект, который имеет в своем распоряжении тысячи различных вариантов ходов.

Помимо способности анализировать данные и делать выводы, в нейросети встроили еще и такое качество, как любопытство. То есть, теперь нейросеть может самостоятельно находить для себя сложные задачи и искать методы их решения. Таким образом, возможно в скором времени, нейросети смогут развиваться сами, без вмешательства человека в этот процесс.

Благодаря тому, что нейросети развиваются стремительным образом, существует мнение, что через каких-то 20-30 лет исчезнет примерно половина существующих на сегодняшний день профессий. Эта идея как нельзя лучше отражена в книге Мартина Форда «Восстание роботов», вышедшая в свет в 2015 году.

Хорошей новостью является то, что на данный момент, можно автоматизировать лишь 5% современных профессий, в сфере гостиничного и ресторанного сервиса, и таксистов, благодаря системам беспилотного управления автомобилем. Но, поскольку на сегодняшний день такие технологии слишком дороги для воплощения в повседневную реальность, то работникам этой отрасли пока что можно не искать себе новую работу, по крайней мере в ближайшем будущем. Однако, в перспективе, когда технологии все же станут дешевле, то новую работу придется искать представителям порядка 50% профессий.

Велика вероятность того, что это коснется в первую очередь таких профессий, которые представляют собой механическую работу в условиях стабильности, а также тех, которые связаны со сбором и обработкой данных. За последнюю сотню лет, наше общество пережило множество изменений. Больше всего изменений, благодаря техническому прогрессу, претерпели многие профессии. Профессия извозчика трансформировалась в профессию таксиста, рабочих на заводах научили пользоваться станками, крестьяне массово стали переселяться в города.

Хоть изменения были довольно ощутимыми, но они всегда были связаны лишь с механическим трудом. Сейчас же, благодаря тому, что нейронные сети научились обрабатывать информацию, под угрозу попали профессии, связанные со сбором и обработкой информации, такие как журналисты, юристы и врачи. Конечно, хирурга навряд ли сможет заменить робот, хотя неизвестно, какие технологии нас ждут в будущем.

Вполне возможно, что развитие технологий поспособствует появлению новых профессий. В таких условиях, человеку просто жизненно необходимо развиваться параллельно с новейшими технологиями, чтобы не отставать от жизни. В перспективе, порядка половины существующих профессий заменят роботы, что является неутешительной новостью для представителей этих профессий. Но, пока еще рано об этом говорить.

## Как влияет развитие нейросети на маркетинг?

Маркетологу приходится обрабатывать большое количество данных. В этом деле, ему и может помочь искусственный интеллект, который соберет эти самые данные за него. Маркетологу останется только их сопоставить и сделать соответствующие выводы. Еще не так давно, роботы поисковых систем индексировали сайты и формировали поисковую выдачу, опираясь на ключевые слова. Теперь же, искусственный интеллект поисковых систем тщательно анализирует контент сайта, прежде чем добавить его в выдачу.

Старые методы продвижения перестали работать, а SEO-специалистам приходится переучиваться и подстраиваться под эти изменения. В социальных сетях появились «умные ленты», которые показывают в первую очередь интересный пользователю контент. Как соцсеть понимает, какой именно контент для пользователя является наиболее интересным? Робот соцсети производит анализ активности пользователя, и на основе этих данных подбирает подходящий для него контент. Так кстати поступают и роботы поисковых систем, показывая рекламные объявления, основываясь на поведенческом факторе.

## Чем занимается маркетолог?

Можно обозначить основные направления в работе современного маркетолога:

* проведение анализа стратегии продвижения, анализ конкурентов и целевой аудитории;
* составление стратегии продвижения;
* создание качественного контента;
* оптимизация сайта;
* настройка рекламных кампаний.

### Маркетинговый анализ

Наверняка, многим знаком такой прием, как – подсмотреть у конкурентов и сделать лучше, чем у них. Самое сложное тут – найти достойных конкурентов, а потом уже проанализировать, в чем можно их превзойти.

Существуют сервисы для подобного анализа, но работают они весьма поверхностно. Машины научились пока только собирать и обрабатывать математические показатели, такие как: количество публикаций и охват целевой аудитории. Вот тут в дело и вступает маркетолог, который знает, что делать с этими цифрами. Но, такая работа отнимает очень много времени.

Может быть, в будущем и появится сервис, который сможет автоматизировать эти процессы, будет анализировать данные и сможет принимать решения, относительно того, какой инструмент продвижения работает, а какой нет. И может быть, предложит действительно стоящую идею. Если такое случится, то для маркетинга наступит золотая эра. Если искусственный интеллект научится делать все вышеописанное, то ошибки, скорее всего, будет сведены к нулю, как это было проиллюстрировано в случае с шахматами, когда компьютер превзошел человека.

Сложнее всего дело обстоит с анализом целевой аудитории. Есть мнение, что целевой аудитории, как таковой нет совсем. Но это довольно спорный вопрос. Невозможно объяснить то, почему люди покупают ту или иную вещь. Они и сами зачастую не могут этого объяснить, так как могут руководствоваться сиюминутным импульсом, поддастся воздействию рекламы или сарафанного радио.

А что, если нейросети научатся определять взаимосвязь между количеством лайков и потребностью купить новую сумочку? Что если количество котиков на странице в соцсети, каким-то образом влияет на личные предпочтения? Что если нейросеть займется таким анализом и выявит закономерности? Тогда, реклама действительно сможет стать по настоящему эффективной.

Например, Яндекс уже давно пользуется такой технологией, распознавая поведенческий фактор и предлагая только интересные пользователю объявления из РСЯ. По такому же принципу, работает и вся лента Яндекс.Дзен, показывая пользователю потенциально самые интересные публикации. Данные пользователей, которые собираются технологическими гигантами, могли бы пойти на пользу маркетологам. Но, к сожалению, доступ к таким данным пока ограничен.

### Идеи и стратегии

Стратегия основывается на результате анализа целевой аудитории. Если искусственный интеллект сможет качественно анализировать полученные им данные и предлагать разумные и эффективные стратегии, то это значительно улучшит качество продвижения. Для компаний, где работают не очень грамотные специалисты маркетинга, нейросети в значительной степени помогут избежать ошибок, связанных с человеческим фактором.

### Создание контента

Нейросети уже научились делать работу за журналистов, а именно – писать новостные заметки. Все новости пишутся по единому шаблону (лид, основная часть, флешбек), поэтому встроить такой простой алгоритм в нейросеть не составило труда. Писать новости не сложно, но вот на сбор информации уходит значительная часть времени. Такая задача значительно упрощается с использованием нейросети.

Скорее всего, в будущем, новости будут писать исключительно роботы. Вполне возможно, что и в сфере маркетинга появятся такие программы, которые будут писать тексты, так как уже сегодня, многие процессы по созданию контента, могут делать нейросети. В скором времени, возможно, всю несложную и рутинную работу по созданию контента будут делать именно нейросети. На данный момент, они научились делать это на очень низком уровне, однако в будущем все может измениться.

### Техническая работа

Огромная часть работы маркетолога – техническая составляющая. Это работа с различными сервисами, анализ эффективности, оптимизация сайтов, настройка рекламных кампаний, всем этим занимается маркетолог.

Сейчас это разные «узкие» специалисты, а именно: оптимизаторы, таргетологи, специалисты по настройке контекстной рекламы. Опытный маркетолог может владеть всем набором навыков, необходимых для работы, однако современные технологии довольно сложны и человек просто физически не может владеть всеми видами деятельности на достаточно высоком уровне.

Развитие нейросетей на данный момент пока только усложнило деятельность таких специалистов. А все потому что, алгоритмы нейросети работают пока только на поисковые системы и соцсети. А маркетологам приходится подстраиваться под эти условия, осваивая и настраивая для работы специальные программы и сервисы, которые помогут им взаимодействовать с искусственным интеллектом.

Никто не может сказать точно, каким образом работает поисковая выдача и ленты соцсетей. Скорее всего, это секретная информация, а может быть искусственный интеллект работает по своему усмотрению. В любом случае, поисковые системы очень не любят оптимизаторов, предлагая им работать по правилам. Вот если бы нейросети взаимодействовали с оптимизаторами, то это значительно бы упростило работу последних.

Настройка рекламных кампаний могла бы стать намного проще, чем сейчас. На данный момент, чтобы грамотно настроить рекламную компанию, нужно учесть огромное количество нюансов, не зря же есть отдельная профессия – специалист по настройке контекстной рекламы. Может быть в скором времени можно будет настроить рекламную кампанию, просто добавив описание продукта, а нейросеть остальное сделает сама. Таким образом, нейросеть сможет сделать техническую сторону работы гораздо проще.

### Работа с клиентами

Взаимодействие с клиентами – это одна из важнейших составляющих работы маркетолога. Не будет клиентов – не будет работы. В теории, можно автоматизировать и упростить и эту часть работы маркетолога, если имеется большой поток клиентов.

Конечно, живое взаимодействие никуда не денется. Но когда нужно обработать большое количество заявок, то робот может очень хорошо в этом помочь, в качестве чат-бота, например.

## Что будет, если все это действительно произойдет?

Когда речь идет об упрощении и автоматизации процессов работы, то неминуемо это приводит к сокращению нужных в работе специалистов. То есть, если сейчас для работы нужно 4 маркетолога, то при помощи искусственного интеллекта, будет нужен только один. Что тут можно сказать? Выживает сильнейший, естественный отбор, если можно так сказать. Плохим маркетологам нужно либо становиться хорошими, либо переучиваться на другую специальность.

Для маркетинга в целом, развитие нейросетей, принесет только пользу. Больше не будет нелепых ошибок безграмотных маркетологов, так как останутся только действительно талантливые специалисты, которые смогут грамотно взаимодействовать с результатами труда искусственного интеллекта.

