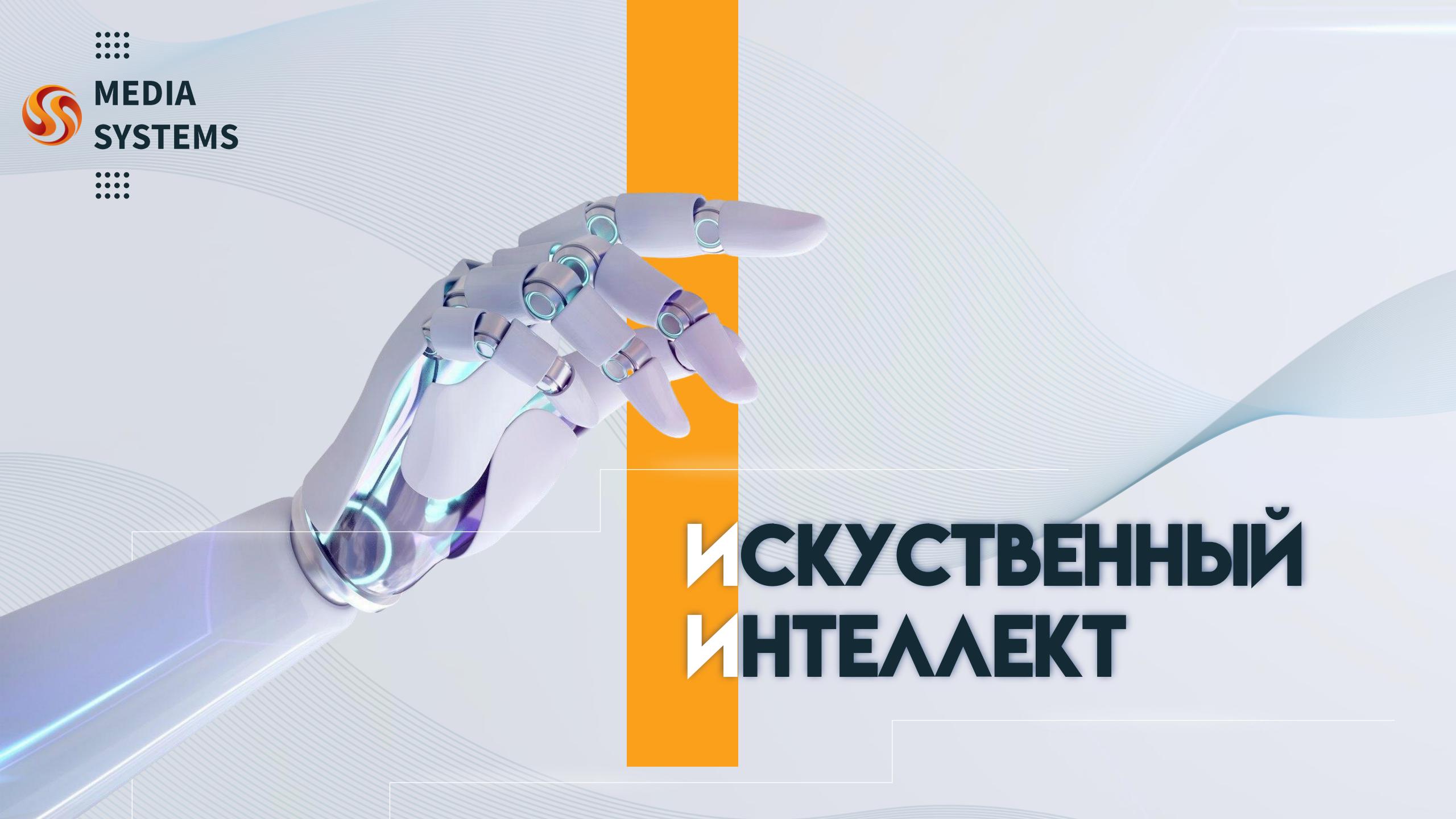




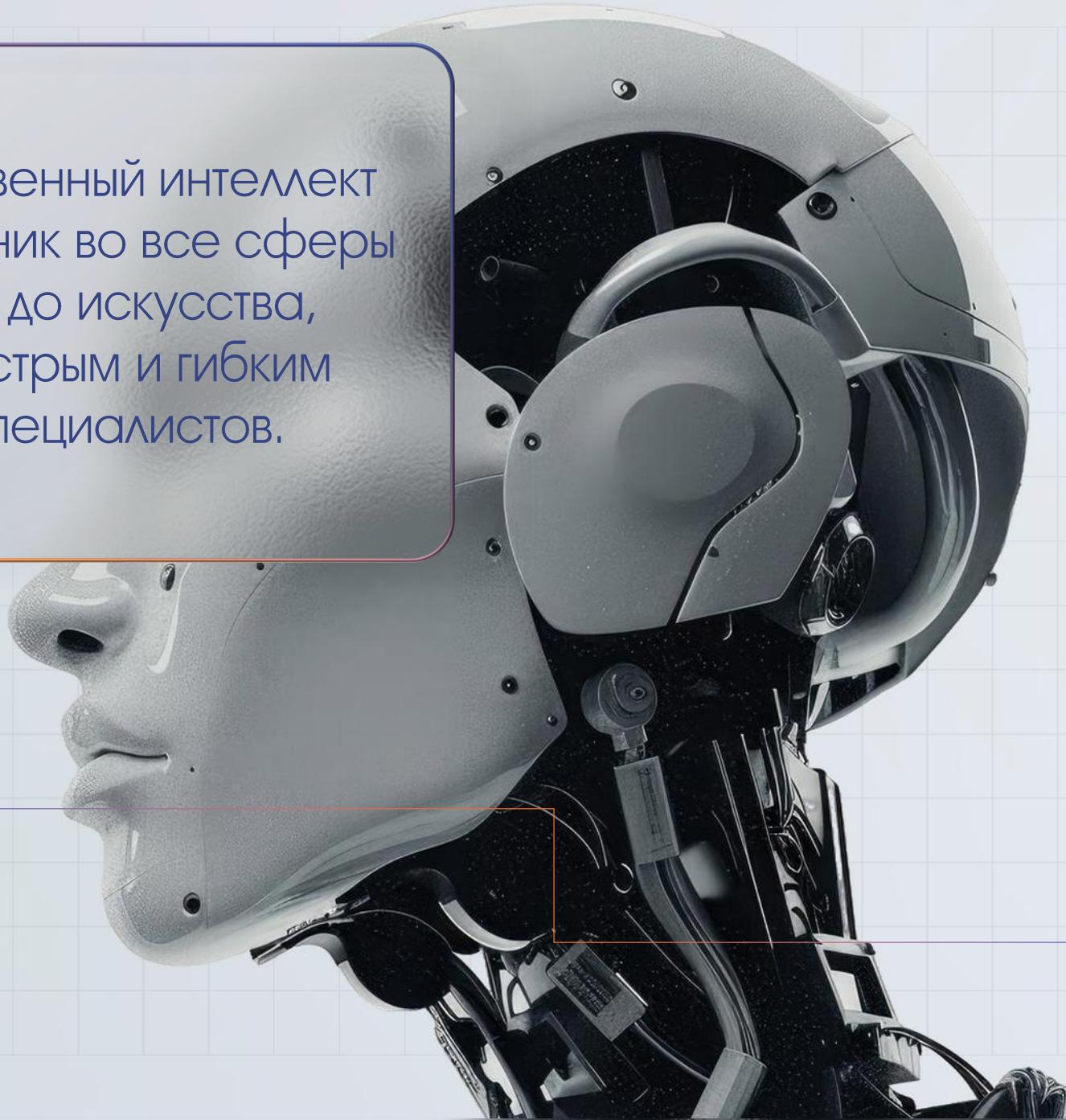
MEDIA  
SYSTEMS



ИСКУСТВЕННЫЙ  
ИНТЕЛЛЕКТ



Искусственный интеллект  
уже давно проник во все сферы  
— от медицины до искусства,  
став самым быстрым и гибким  
помощником специалистов.





ДАННЫЕ

НАХОДИТЬ

СОПОСТАВЛЯТЬ

АНАЛИЗИРОВАТЬ



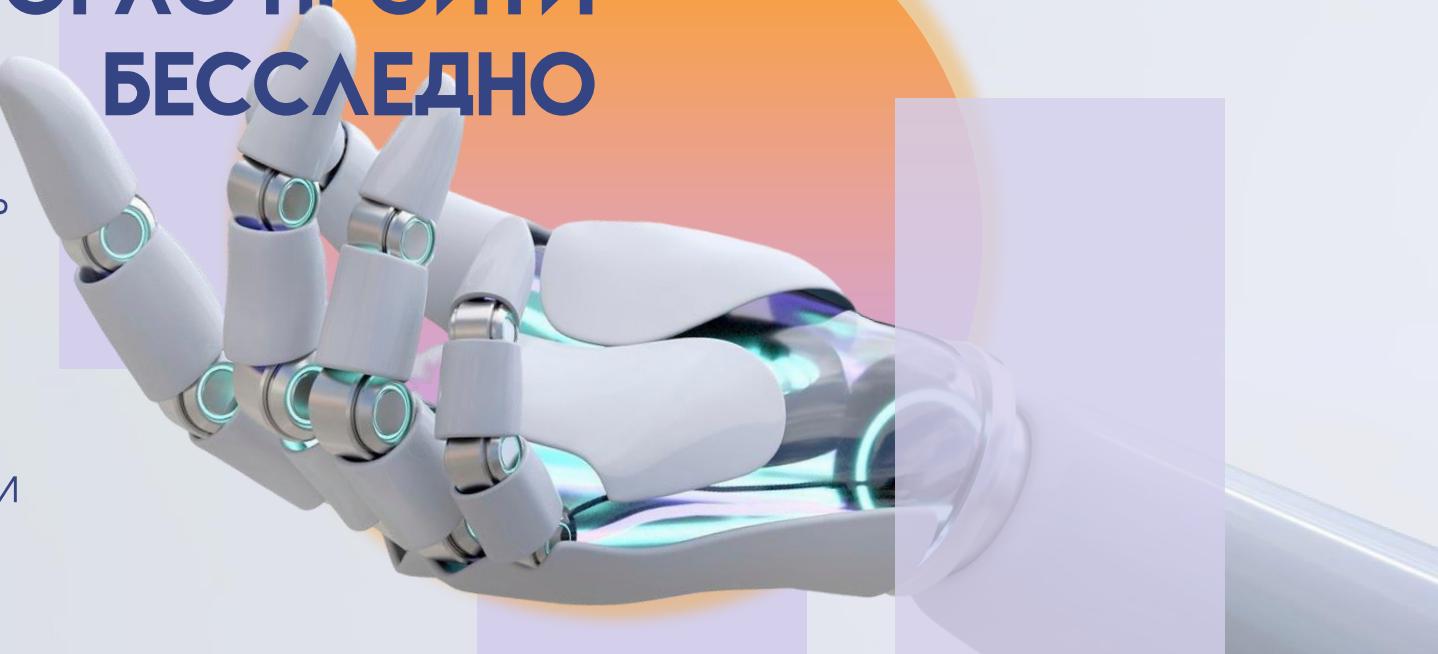
Благодаря способности находить, сопоставлять и анализировать данные, он во много раз превосходит человека. Именно это и стало причиной стремительного внедрения ИИ в нашу жизнь: он изменил устоявшиеся правила, инструменты и механизмы.

Как и любое инновационное  
изменение

## ВНЕДРЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

### НЕ МОГЛО ПРОЙТИ БЕССЛЕДНО

Его влияние оказалось  
значительным не только на  
производственные процессы в  
различных сферах, но и на  
потребительское поведение,  
сформировав новые запросы и  
обеспечив беспрецедентные  
показатели продаж.



В то же время это создало перед  
специалистами новые вызовы.





С одной стороны, ИИ облегчает работу — позволяет всего за несколько кликов получать статистику, анализировать огромные объёмы информации, делать точные прогнозы. С другой — он порождает новые риски и угрозы.

# ЧТО ТАКОЕ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ?

В простейшем определении можно сказать, что искусственный интеллект — это сложная система или программное обеспечение, способное обрабатывать огромный объём данных, выявлять закономерности и отклонения и даже строить прогнозы.



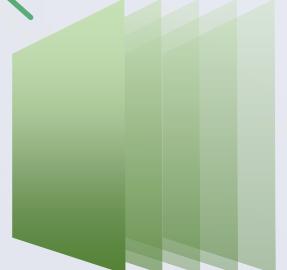
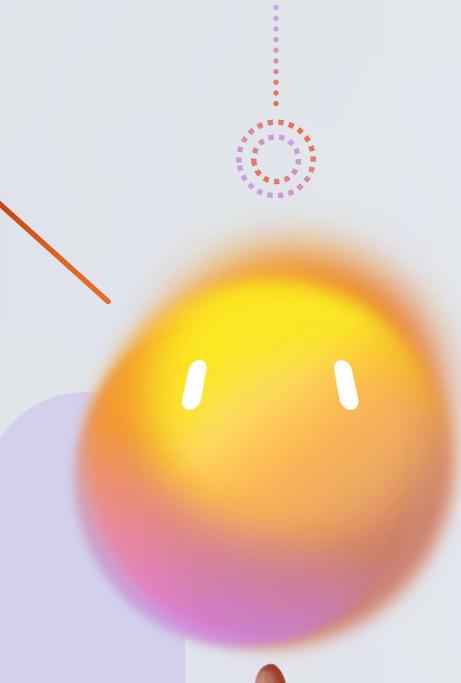
# ЗАЧЕМ И КОГДА ИСПОЛЬЗОВАТЬ ИИ? В МАРКЕТИНГЕ



# ЗАЧЕМ?

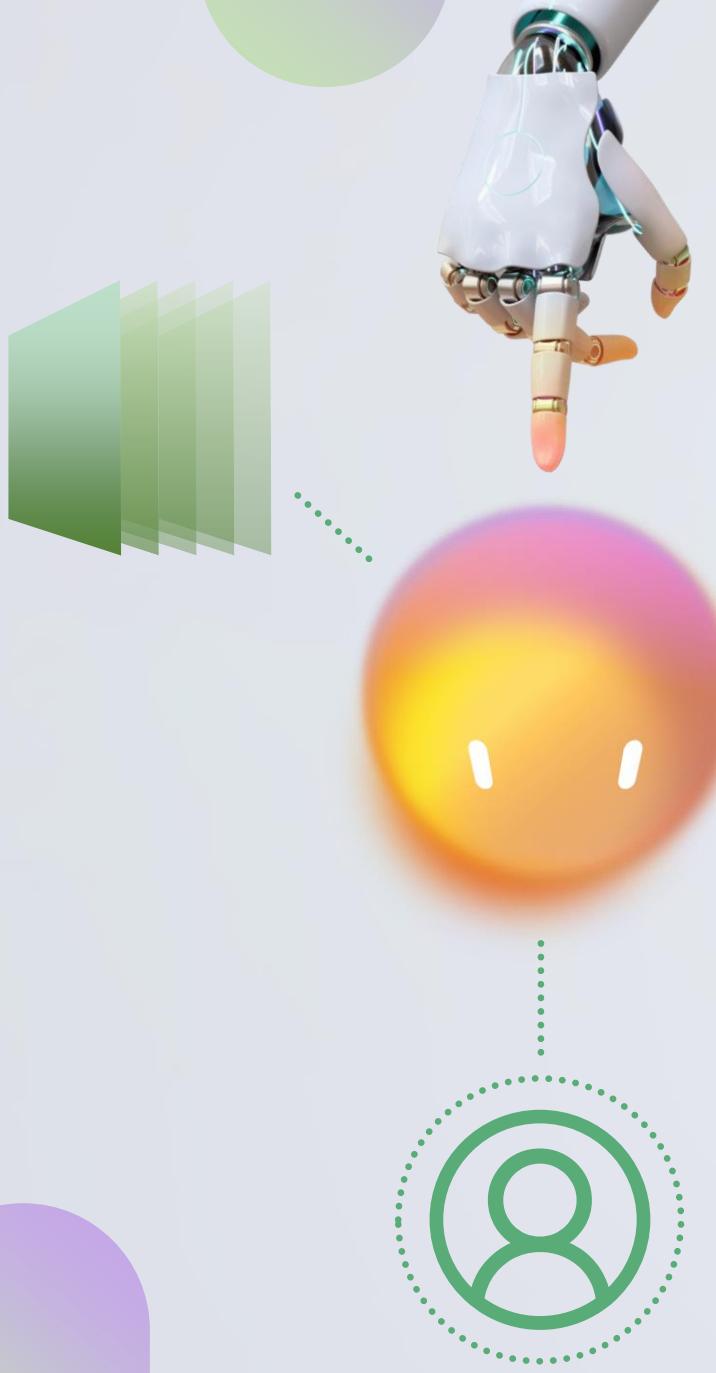
ИИ, основанный на технологиях машинного обучения, позволяет раскрыть потенциал данных: делать надёжные прогнозы, автоматизировать сложные процессы и повышать эффективность работы. Благодаря этому он становится незаменимым инструментом маркетинга, делая его процессы более понятными, простыми и быстрыми.

## МАШИННОЕ ОБУЧЕНИЕ



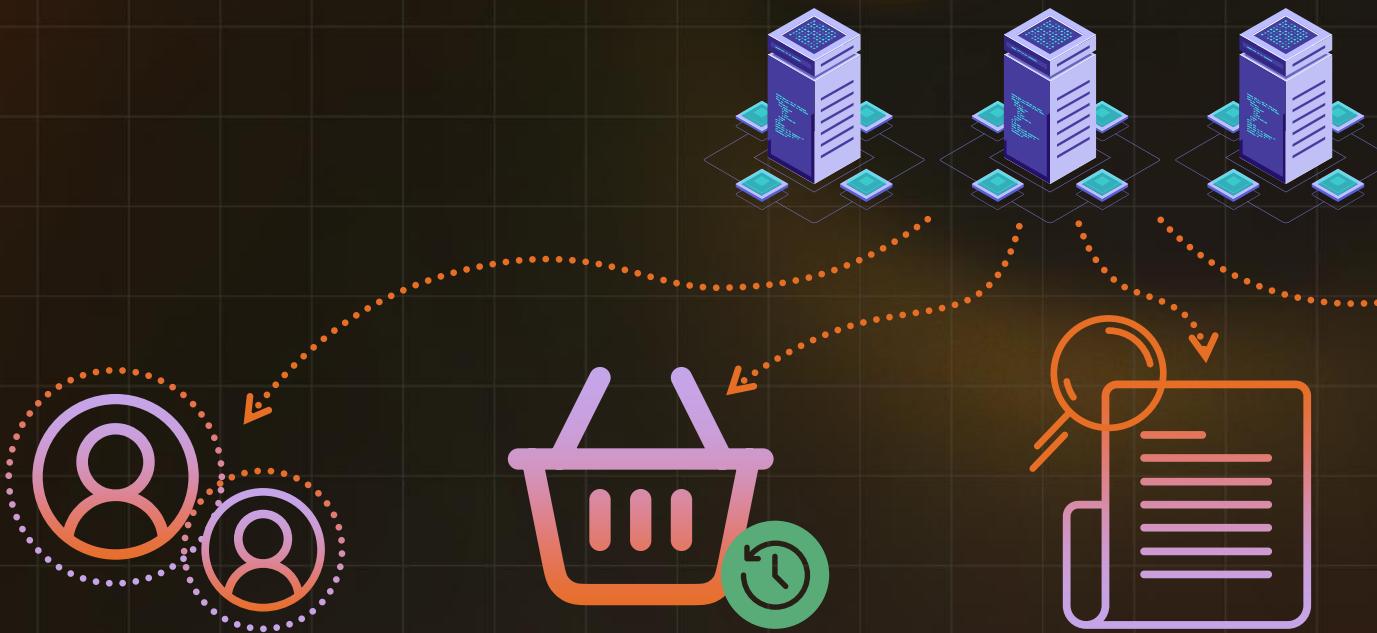
# КОГДА?

ИИ применяется в маркетинге прежде всего для анализа огромного объёма данных, прогнозирования поведения потребителей, автоматизации рекламных кампаний и улучшения взаимодействия с клиентами.



# СИСТЕМЫ НА БАЗЕ ИИ

# СПОСОБНЫ АНАЛИЗИРОВАТЬ



ИНТЕРЕСЫ  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

ИСТОРИЮ  
ПОКУПОК

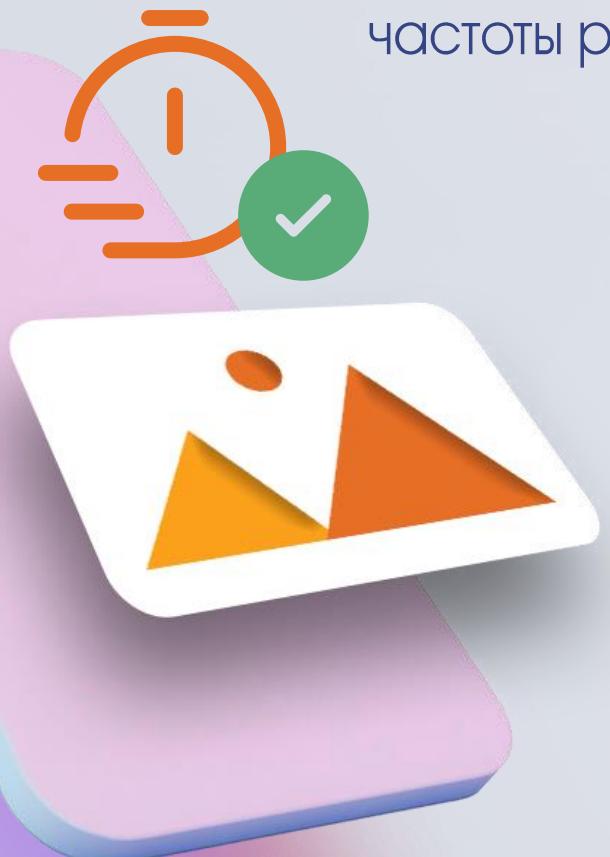
ПОИСКОВЫЕ  
ЗАПРОСЫ

АКТИВНОСТЬ В  
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



# ПЛАНИРОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ

Планированием называется процесс выбора средства, места, времени, размера и частоты рекламы.



Соответственно эффективным медиапланированием можно назвать такое, которое вырабатывает комплекс положительных решений, когда рекламное сообщение будет размещено в самое выгодное время, на наиболее подходящем для целевой аудитории рекламоносителе, в выигрышном месте, оптимальным размером, необходимое количество раз и при минимальном бюджете.

Процесс медиапланирования начинается с изучения исходных данных — характеристик товара и целевой аудитории, рассмотрения поставленных целей и задач в контексте рыночной ситуации с учетом рекламных действий конкурентов. Далее выбираются носитель, место и время размещения рекламы, позволяющие охватить необходимое количество целевой аудитории определенное количество раз в рамках определенного бюджета.





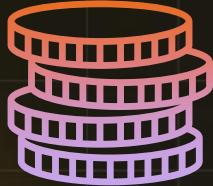
# КРАТКО ГОВОРЯ, В ПРОЦЕССЕ ПЛАНИРОВАНИЯ ОПРЕДЕЛЯЮТСЯ:



ЦЕЛЕВАЯ  
АУДИТОРИЯ



СОДЕРЖАНИЕ  
СООБЩЕНИЯ



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ  
БЮДЖЕТА



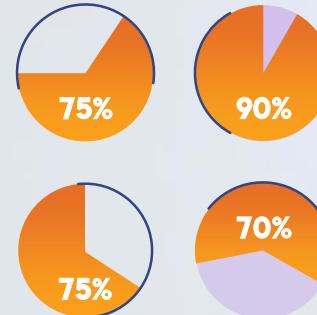
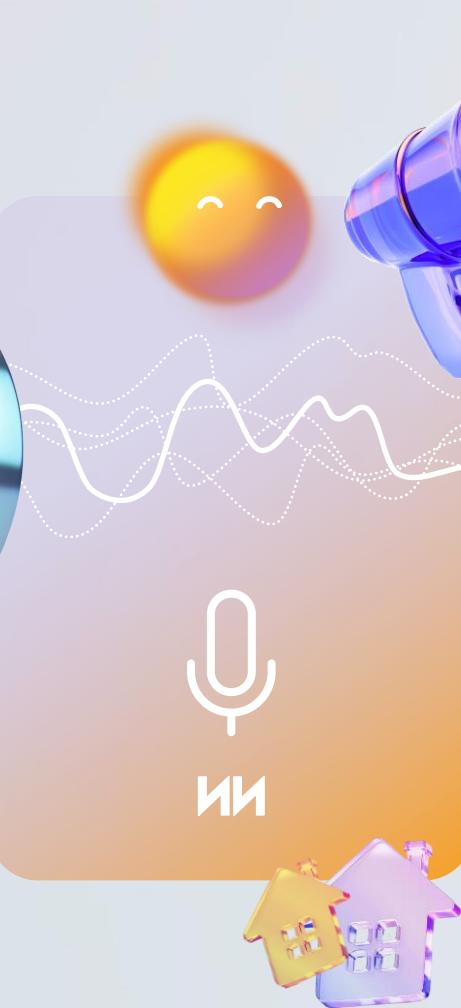
ПЛАТФОРМЫ

(цифровые, соцсети,  
поисковая реклама,  
наружные щиты)



РАСПИСАНИЕ

Обычно всё это строится на основе исследований  
рынка, анализа и практического опыта.



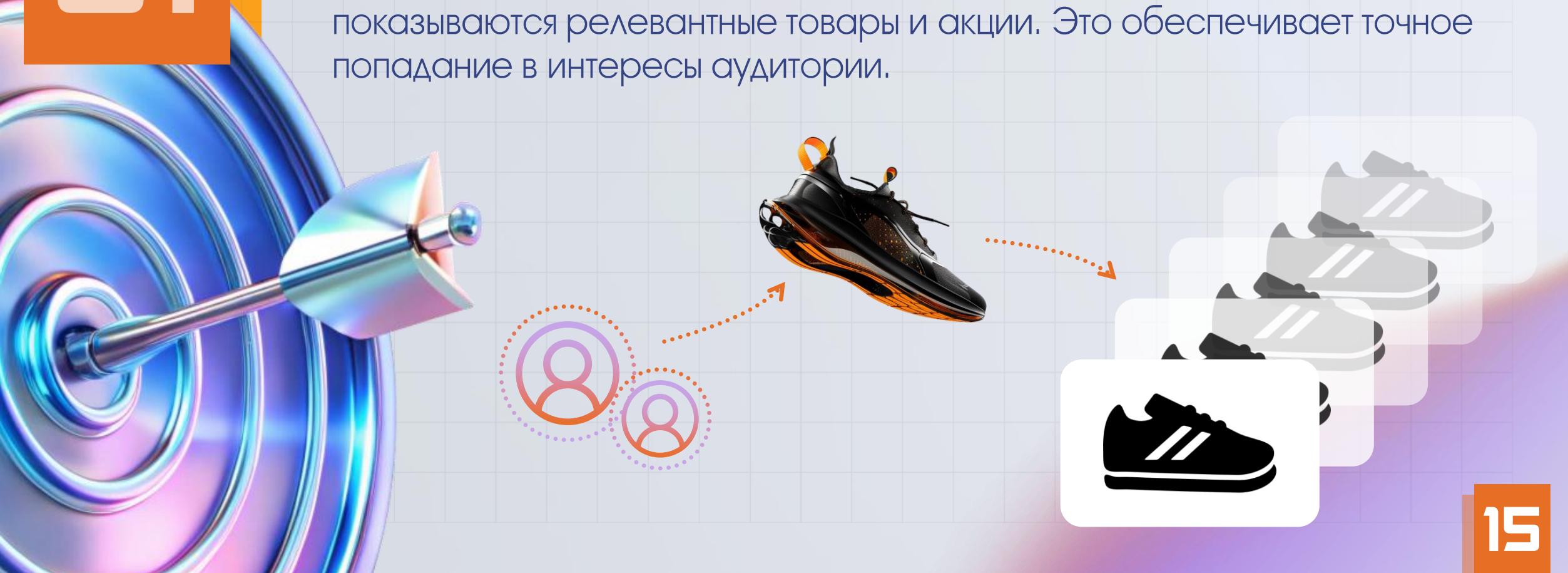
# КАК ИИ МЕНЯЕТ РЕКЛАМНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ?

# ТАРГЕТИНГ И ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

01

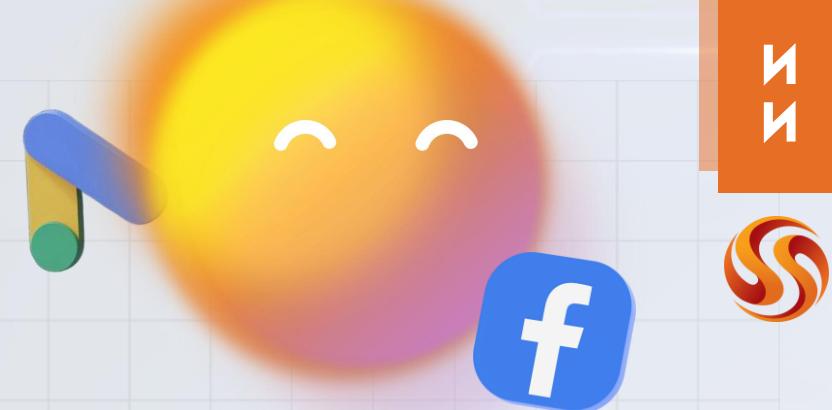
ИИ позволяет создавать персонализированные объявления.

Например, если пользователь искал спортивную обувь, ему показываются релевантные товары и акции. Это обеспечивает точное попадание в интересы аудитории.

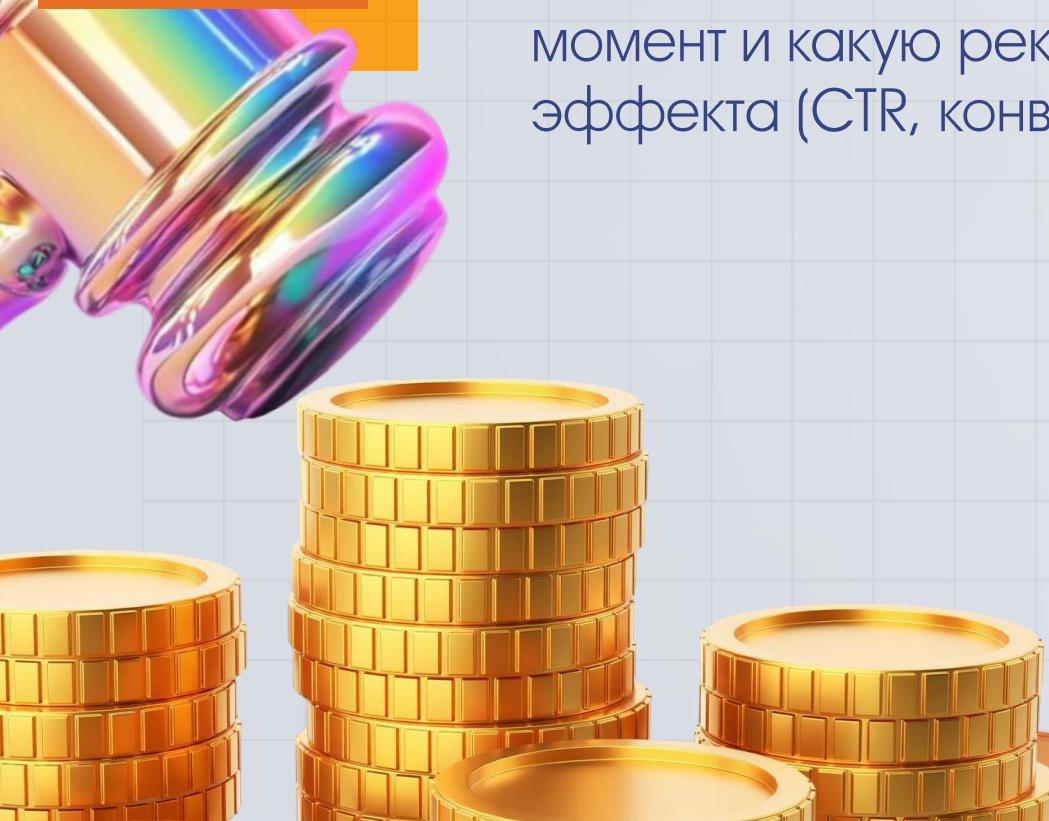


# АВТОМАТИЧЕСКИЙ БИДДИНГ И ОПТИМИЗАЦИЯ

02



Smart Bidding в Google Ads и Meta Ads работают на основе ИИ. Они самостоятельно определяют, какому пользователю, в какой момент и какую рекламу показать, чтобы достичь максимального эффекта (CTR, конверсии).





# СОЗДАНИЕ КОНТЕНТА И КРЕАТИВОВ

03

ИИ трансформировал и процесс создания рекламного контента. Сегодня он способен генерировать тексты, изображения и видео, адаптированные под разные аудитории. Причём делает это быстро и зачастую качественно.





## ИНСТРУМЕНТЫ ПОМОГАЮТ:

- ★ писать рекламные тексты
- ★ создавать визуальные материалы
- ★ адаптировать сообщения для разных сегментов аудитории.



ИНТЕРЕСЫ  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



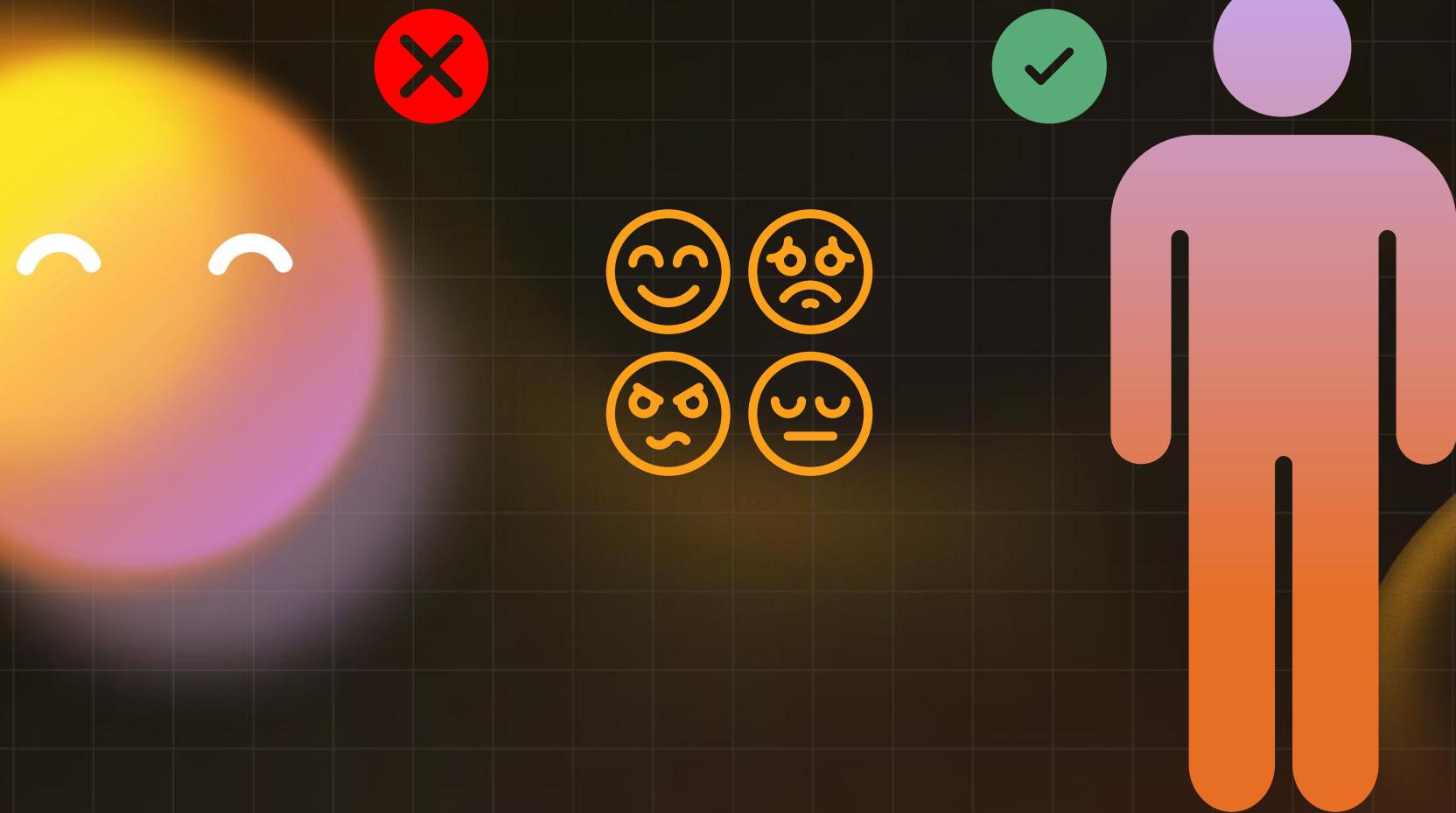
JASPER



CANVA AI

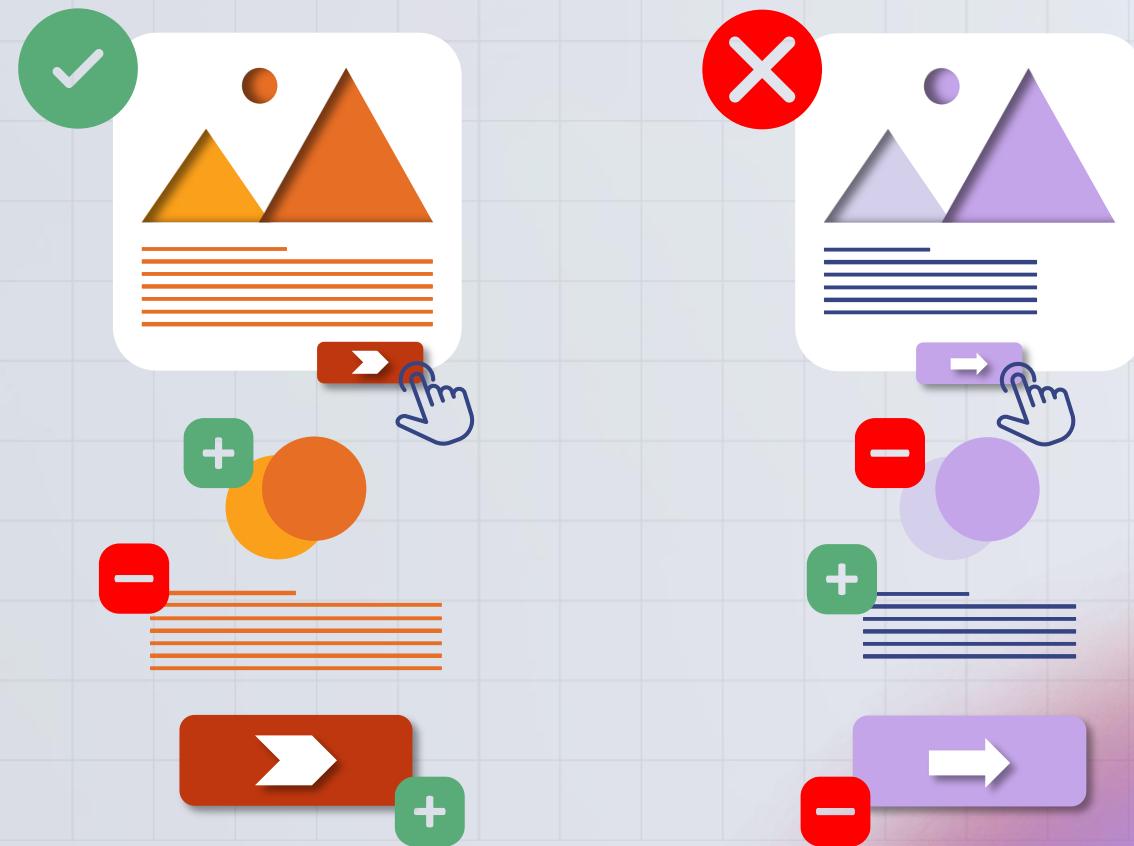


При этом важно понимать: ИИ-креативы лишены эмоций и чувственного восприятия, которыми обладает человек.



# УМНОЕ А/Б-ТЕСТИРОВАНИЕ

ИИ способен автоматически сравнивать разные варианты рекламы (цвет, текст, СТА) и в реальном времени определять наиболее эффективный.



# ПРОГНОЗИРОВАНИЕ

ИИ активно используется в прогнозной аналитике (Predictive Analytics) для определения:

- ★ сезонов повышенного спроса
- ★ наиболее продаваемых товаров
- ★ рекламных каналов с наибольшей отдачей





# ИТОГИ

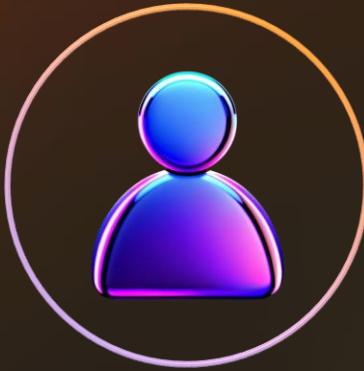
- ★ Рекламное планирование задаёт стратегию: бюджет, цели и аудиторию
- ★ Искусственный интеллект делает этот процесс умнее и эффективнее — автоматизируя таргетинг, биддинг, создание контента и аналитику.
- ★ ИИ выигрывает в работе с данными: анализ, сопоставление, прогнозы, выявление закономерностей и автоматизация.
- ★ Человеческий разум остаётся сильнее там, где нужны креативность, эмоции и воображение.





Искусственный интеллект  
стал неотъемлемой частью  
нашей повседневной  
жизни. Он не заменяет  
человека, а усиливает его.  
А в будущем успех продаж  
будет зависеть не только от  
цифр, но и от эмоций.





**ГОАР  
ДЖУЛАКЯН**

Специалист по  
медиапланированию



**МАНЕ  
АЛАВЕРДЯН**

Графический дизайнер