

41. ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ИНСТРУМЕНТ ЗАПОЛНЕНИЯ КАРТОЧЕК НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

Хасеневич Ю. И.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Наумчик Е. А. – преподаватель

Аннотация. Веб-сайт – эффективный многоцелевой инструмент любой компании. В настоящее время многие белорусские организации, осознав важность регулярного аудита собственных веб-ресурсов, сталкиваются с проблемой трудоемкости проведения самостоятельных мероприятий по оптимизации сайтов, связанной с временными, материальными и энергозатратами. Использование инструментов, автоматизирующих данный процесс, позволяет автоматизировать процессы продвижения товаров и выстраивать тенденции рынка: определить профиль целевой аудитории, выявлять предпочтения

Электронная коммерция представляет собой процесс покупки и продажи товаров и услуг в онлайн с использованием различных электронных устройств: компьютеры, мобильные телефоны и планшеты [1]. Благодаря развитию современных технологий и увеличению количества покупателей, наблюдается рост электронной коммерции по всему миру. Компании по всему миру используют преимущества искусственного интеллекта (далее – ИИ) для повышения качества обслуживания клиентов и персонализации. ИИ в значительной степени опирается на машинное обучение и автоматизацию, что помогает интернет-магазинам принимать более эффективные бизнес-решения, вследствие чего они становятся более конкурентоспособными [2].

По данным компании Forbes, статистика преимуществ использования ИИ в маркетинге имеет следующие значения [3]: объем продаж увеличился на 52 %; показатель удержания клиентов вырос на 51 %; успех при запуске новых продуктов увеличился на 49 %; прибыль выросла на 79 %.

Одним из ключевых аспектов их успеха является привлекательная презентация товаров перед потенциальными покупателями. Однако создание высококачественной информации о товарах не только требует временных и финансовых ресурсов, но и является достаточно трудоемким процессом. Подходы к созданию описаний товаров требовали необходимости в посещении дополнительных источников, где можно найти информацию о товаре: категория, к которой относится товар, его описание, цену товара, актуальную на рынке для того, чтобы продать необходимый товар. Однако с развитием технологий искусственного интеллекта открывается новая перспектива: возможность автоматизировать этот процесс с помощью инструментов распознавания приложений.

Внедрение в белорусские маркетплейсы, такие как: Kufar.by, av.by, tut.by поможет продавцам осуществить продажу необходимых товаров с минимальными затратами ресурсов, а потребителям найти и приобрести необходимый им товар. При посещении маркетплейса продавцы смогут использовать возможность сканирования товара: использование инструмента ИИ производит анализ товара и выбора ключевых характеристик, что поможет уточнить принадлежность товара к необходимой категории. Данный процесс возможен благодаря использованию парсера и скальпинга.

Парсинг сайтов – это процесс программного обхода и загрузки информации с веб-сайтов, извлечения неструктурированных или слабо структурированных данных в упорядоченный формат [3]. Инструмент, с помощью которого происходит выполнение указанного процесса, называется парсером. Парсинг сайтов позволяет получить уже имеющиеся данные с информацией о товарах с веб-ресурсов. Скальпинг — это один из видов трейдинга, при котором участник рынка заключает множество краткосрочных сделок на бирже за один торговый день при минимальном изменении цены на актив [4]. В маркетинге он полезен для автоматизации процесса добавления новых продуктов на веб-сайт или платформу электронной коммерции. С его помощью можно быстро и эффективно создавать карточки товаров, добавляя информацию о них: описание, изображения, цены и многое другое. Это позволяет сэкономить время и усилия при обновлении ассортимента товаров и обслуживании онлайн-магазина.

Благодаря использованию инструмента ИИ с парсером и скальпингом, можно получить более глубокое понимание целевой аудитории, повысить качество обслуживания и лояльность клиентов, улучшить процесс принятия решений, и самое главное – сэкономить необходимые ресурсы и автоматизировать процессы продажи товаров. Тем самым внедрение искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность позволяет компаниям достичь высокого уровня конкурентоспособности, улучшить финансовые результаты, а также повысить эффективность экономических, технических и экономических показателей, в условиях постоянно меняющегося рынка.

Список использованных источников:

1. E-commerce – перспективы отрасли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belweb.by/blog/business-1068-s/e->. Дата доступа: 17.02.2024.
2. Shaily, S. Integration of Artificial Intelligence Marketing to Get Brand Recognition for Social Business / Shaily S., Emma N. DOI 10.32479/irmm.11542 // International Review of Management and Marketing. — 2021. — № 11. — P. 29–37. URL: <https://econjournals.com/index.php/irmm/article/view/11542>. Дата доступа: 21.02.2024.
3. Как искусственный интеллект меняет маркетинг: главные тренды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://club.forbes.ru/practicum/kak-iskusstvennyj-intellekt-menyaet-marketing-glavnye-trendy>. Дата доступа – 24.02.2024.
4. Ширяев Н. А. "Консервативный скальпинг intraday" – 2021 – с. 8-9.