

Современные технологии маркетинга и будущее

01. Информационные технологии маркетинга

В последние годы на российском и международном рынках активно развиваются новые информационные технологии. Они не только укрепляют связь между производителем и потребителем, но и дают компаниям возможность переориентировать свою маркетинговую стратегию с акцента на потребителя на удовлетворение человеческих потребностей и ценностей.



Филип Котлер
1931, США

Ф. Котлер называет этот подход «**Маркетинг 3.0**».

Эти технологии маркетинга только начинают внедряться в деятельность российских компаний, что делает их особенно интересными для изучения.

Среди них:

- ↙ межгосударственные и региональные информационно-маркетинговые центры;
- ↙ отраслевые маркетинговые информационные системы;
- ↙ геоинформационные маркетинговые системы;
- ↙ инструменты маркетинговой разведки;
- ↙ маркетинговая автоматизация;
- ↙ системы управления взаимоотношениями с клиентами;
- ↙ автоматизация маркетингового документооборота;
- ↙ голосовые интерактивные сервисы;
- ↙ мониторинг социальных сетей.

ИИ активно используется для генерации контента (тексты, изображения, видео), персонализации предложений и оптимизации рекламных кампаний в реальном времени. Например, нейросети помогают создавать уникальные креативы под каждую аудиторию, а AI-ассистенты анализируют эффективность рекламы и перераспределяют бюджеты. Чат-боты на основе ИИ обрабатывают до 70% обращений, автоматизируя продажи и поддержку.

Направления развития информационных технологий в маркетинге

Основные направления развития информационного маркетинга	Составляющие
Маркетинговые информационные системы	<ul style="list-style-type: none">— межгосударственные информационно-маркетинговые центры;— региональные информационно-маркетинговые центры;— отраслевые маркетинговые информационные системы;— геоинформационные маркетинговые системы.
Средства программного обеспечения и автоматизации маркетинговой деятельности	<ul style="list-style-type: none">— системы управления взаимоотношениями с клиентами;— маркетинговая разведка;— маркетинговая автоматизация;— автоматизация маркетингового документооборота.
Интернет-маркетинг	<ul style="list-style-type: none">— контекстная реклама;— поисковая оптимизация и продвижение;— маркетинговые исследования в интернете;— вирусная реклама;— E-mail маркетинг.
Мобильный маркетинг	<ul style="list-style-type: none">— SMS-сервисы;— голосовые интерактивные сервисы;— беспроводные протоколы передачи данных.
Маркетинг в социальных сетях	<ul style="list-style-type: none">— мониторинг социальных сетей;— тизерная реклама;— продвижение в социальных сетях.

Прогнозы указывают, что до 30% исходящих маркетинговых сообщений крупных компаний в 2025 году будут генерироваться алгоритмами ИИ. Технологии вроде Yandex.GPT, Kandinsky и Gerwin уже применяются для создания текстов, изображений и продвижения.



02. ИИ и автоматизация маркетинга

Ключевые направления:

Генерация контента. Инструменты типа *Yandex GPT, Kandinsky, Gerwin* создают:

- тексты для соцсетей, email-рассылок, SEO-статей;
- изображения и видео под конкретные аудитории;
- сценарии для чат-ботов и голосовых помощников.

Персонализация предложений. AI анализирует поведение пользователя (клики, время на странице, историю покупок) и в реальном времени подбирает релевантные товары/услуги.

Оптимизация рекламных кампаний. Алгоритмы автоматически:

- распределяют бюджет между каналами;
- тестируют креативы (A/B-тесты в режиме 24/7);
- корректируют ставки в аукционах (например, в Яндекс Директе или Google Ads).

Автоматизация поддержки. Чат-боты на NLP обрабатывают до 70 % типовых запросов, освобождая операторов для сложных кейсов.

Примеры:

- Ритейлер использует AI для **генерации описаний товаров** на основе характеристик из базы данных.
- Банк применяет нейросети **для персонализации кредитных предложений** в мобильном приложении.



03. Персонализация 2.0

Суть: переход от поверхностной персонализации («Здравствуйте, [Имя]!») к глубокому анализу поведения и предсказанию потребностей.

Механизмы

Динамический контент. Сайт/приложение меняет:

- заголовки и СТА-кнопки под интересы пользователя;
- подборку товаров на главной странице;
- спецпредложения на основе истории просмотров.

Прогностическая аналитика. AI прогнозирует:

- вероятность оттока клиента;
- следующий шаг в воронке продаж;
- оптимальную частоту коммуникаций.

Сегментация на микроуровнях. Разделение аудитории не только по демографии, но и по:

- паттернам поведения (например, «часто сравнивают цены, но не покупают»);
- эмоциональным триггерам (страх упустить выгоду, желание статуса).

Пример:

Онлайн-кинотеатр рекомендует фильмы, учитывая не только жанр, но и время суток, устройство просмотра, оценку предыдущих картин.



04. Видеомаркетинг и короткие форматы

Тенденции:



Вертикальные видео. Контент адаптирован под смартфоны: длительность 15–60 сек, субтитры, яркие визуалы.



Интерактивные ролики. Пользователь выбирает сюжетные ветки (например, «какой продукт показать дальше?»).



Видео в e-commerce. Демонстрация товара в действии, 360-градусные обзоры, «распаковки».



Live-стримы. Прямые эфиры с презентациями, Q&A, закулисным контентом.



Платформы: TikTok, Reels (Instagram*), YouTube Shorts*, VK Клипы.

Пример:

Бренд косметики запускает серию TikTok-роликов с пошаговым макияжем, где каждый шаг — отдельный клип с хештегом #TutorialSeries.



*Instagram, Facebook (принадлежат компании Meta, признанной экстремистской и запрещенной на территории РФ).



Источники

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 367 с.
2. Моргачева, И. Н. Контент-маркетинг : учебное пособие для вузов / И. Н. Моргачева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 94 с.
3. 15 маркетинговых инструментов 2025 года [Электронный ресурс] // VC.ru. — 2024.
4. Тренды маркетинга в 2025 году: 15 актуальных тенденций [Электронный ресурс] // Calltouch Blog. — 2024.
5. Маркетинговые тренды в 2025 году в России [Электронный ресурс] // РБК Компании. — 2024.
6. Маркетинг и цифровая трансформация 2025: глобальные тренды [Электронный ресурс] // РБК Компании. — 2024.

