

ЦИФРОВОЙ
BRAND
DAY

МАРКЕТИНГ БЕЗ ИИ:
где должен оставаться человек?

fomichev.

ЧТОБЫ ЧТО?

ЗНАНИЕ, КОТОРОЕ НЕ ВЕДЕТ К ДЕЙСТВИЮ, — ЭТО ПРОСТО ИНТЕРЕСНЫЙ ФАКТ.

ИЛЬЯ ФОМИЧЕВ

Начальник управления
клиентских коммуникаций
А.Страхование



“

15+ лет в маркетинге, продажах
и развитии персонала

Автор канала
«РОМ НАДО СЧИТАТЬ»

”

ЖИЛ БЫЛ...



ВАСЯ

Маркетолог, который очень хотел быть в тренде и использовать современные инструменты и решения

ЖИЛ БЫЛ...



ВАСЯ

Маркетолог, который очень хотел быть в тренде и использовать современные инструменты и решения



КОНФЕРЕНЦИИ

Вася всегда следил за рынком и старался посещать много мероприятий

ЖИЛ БЫЛ...



ВАСЯ

Маркетолог, который очень хотел быть в тренде и использовать современные инструменты и решения



КОНФЕРЕНЦИИ

Вася всегда следил за рынком и старался посещать много мероприятий

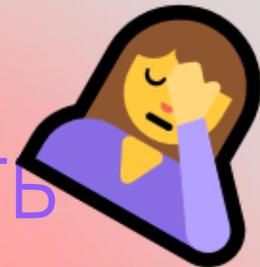


Был один минус, часто Вася поверхностно изучал вопрос и иногда попадал в неловкие ситуации

ЛОВУШКА ИСТИНЫ

“

НЕЙРОСЕТЬ УМНОЖАЕТ ТУПОСТЬ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ В 3 РАЗА



”

fomichev.

НЕЙРО-ТЕРГЕТИНГ И КРЕАТИВЫ

fomichev.



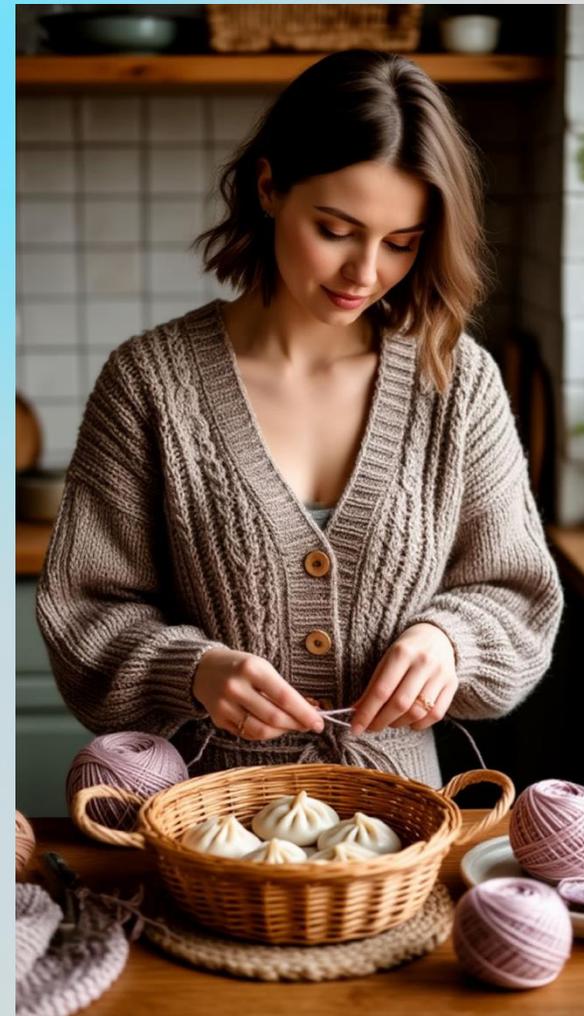
ОДНАЖДЫ

Вася увидел кейс роста продаж после внедрения нейро-тергетинга и попросил ИИ найти идеального клиента для нового проекта, онлайн-магазина товаров для вязания

Вася взял новый инструмент, загрузил туда базу, и нейросеть выдала решение!

Ваш клиент: **ЖЕНЩИНЫ, 35-45, РФ, ЕСТЬ ДЕТИ,**
ИНТЕРЕСЫ: РУССКАЯ КУХНЯ, ЧТЕНИЕ, ПУТЕШЕСТВИЯ

Вася побежал крутить таргетированную рекламу, но слил бюджет! Что не так?



КОНТЕКСТ ОШИБКИ

1

JOBS TO BE DONE, Вася не подумал, несмотря на то, что его клиенты покупают товары для вязания, они закрывают совершенно разные потребности. Ведь принадлежности можно купить в подарок, для личного использования, и еще во многих других ситуациях.

2

ПЕРСОНА БРЕНДА, Вася не задумался над креативом, который будет показан группе. Не поставил 3-5 креативов в тест. Не разделили группы объявлений, не разбил таргетинг на более узкие сегменты по ГЕО или другим параметрам.

3

ТОЧКИ ПОТРЕБЛЕНИЯ, да и в целом, запуская таргетированную рекламу Вася не изучил результаты предыдущих РК в этой социальной сети, и не спросил у коллег, которые давно работают, есть ли платящие клиенты или успешный опыт в данном канале.

ПОЧЕМУ ТАК?

ПОТОМУ ЧТО ВАСЯ ПРОСТО ПРИНЯЛ ИНФОРМАЦИЮ ЗА ИСТИНУ, НЕ ПОГРУЗИЛСЯ В ВОПРОС, НЕ ПРОВЕРИЛ ФАКТЫ, И НАЧАЛ ТЕСТИРОВАТЬ ГИПОТЕЗУ БЕЗ «ДОКРУТКИ»!

Женщина

39 лет

РФ

Есть дети

Интерес 1: русская кухня

Интерес 2: чтение

Интерес 3: путешествия



Женщина

39 лет

РФ

Есть дети

Интерес 1: русская кухня

Интерес 2: чтение

Интерес 3: путешествия

РЕАЛЬНОСТЬ

ДАЖЕ САМЫЙ КРУТОЙ ИНСТРУМЕНТ, В РУКАХ НЕ ПОДГОТОВЛЕННОГО СОТРУДНИКА,
ПРИНОСИТ УБЫТКИ!



**МАРИЯ
ШАРАПОВА**



**ОКСАНА
АКИНЬШИНА**

ЧТО ВАЖНО ПОНИМАТЬ?

Думать, читать и проверять – это базовый минимум!



Сходства Шараповой и Акиньшиной



Оксана Акиньшина и Мария Шарапова — две очень разные звезды, но у них оказалось несколько интересных совпадений. Вот 10 фактов, которые их объединяют:

1. Полные тёзки (по документом): Обеих зовут Оксана Александровна Акиньшина и Мария Юрьевна Шарапова.

ЗНАНИЕ ≠ УСПЕХ

fomichev.



ЗНАЮ

Поверхностное понимание (принципы, суть, цели)



УМЕЮ

Базовые навыки (делал 1 раз, видел как делают, прошел курсы, неуспешный кейс)



ДЕЛАЮ

Минимум 6 месяцев опыта ежедневной работы с инструментом



ПРОФИ

Более года опыта работы (с успешными кейсами за плечами, понимание сути и нюансов, умение гибко адаптировать инструмент)

ИССЛЕДОВАНИЕ: РЕАЛЬНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ



Изучил более 600 источников о внедрении ИИ в бизнесе и маркетинге. Полностью независимое, некоммерческое исследование. Все статистические данные, проценты и цифры, приведенные в исследовании основаны на результатах опроса и анализа других источников. Исследование основано на научном подходе, включая проведение глубинных интервью, анализ количественных опросов, международных исследований и открытых источников. Цель исследования — предоставление честного, независимого отчета о реальном использовании ИИ в маркетинге и бизнесе, включая подтвержденные результаты, лучшие практики и инструменты, барьеры и практические пути их преодоления.

ВО ЧТО ИНВЕСТИРОВАТЬ?

1

КОМПЕТЕНЦИИ ПЕРСОНАЛА. Несмотря на тренд замещения персонала на AI-решения, каждому владельцу, CEO и руководителю бизнеса важно понимать, кто ключевые люди его команды, какие процессы влияют на прибыль, и что нужно делать, чтобы не отставать от рынка. В любом случае люди будут работать, вопрос: «Насколько эффективно и современно?»

2

DATA-DRIVEN ПОДХОД. Избавляться от решений основанных на неоцифрованных мнениях отдельных людей. Важно понимать и измерять поведение потребителя.

3

В РЕШЕНИЯ, КОТОРЫЕ УДЕШЕВЛЯЮТ ПРОЦЕССЫ БЕЗ ПОТЕРИ КАЧЕСТВА. Думайте о постоянно повторяющихся задачах, как о рутине, и ищите способы их оптимизации.

RUSSBRENД

АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК



ЦИФРОВОЙ
BRAND
DAY

Adindex



H:P:A

СПАСИБО!



fomichev.