

Список использованных источников:

1. Абдуллаев Э.А. Искусственный интеллект и его влияние на экономику и бизнес / Э.А. Абдуллаев. // Молодой ученый. – 2023. – № 6 (453). – С. 2–3. – URL: <https://moluch.ru/archive/453/99908/> (дата обращения: 19.02.2024). – Текст: электронный.
2. Оценка влияния искусственного интеллекта на экономику // «Фонд Росконгресс». – URL: <https://roscongress.org/materials/otsenka-vliyaniyaiskusstvennogo-intellekta-na-ekonomik> (дата обращения: 19.02.2024). – Текст: электронный.
3. 2023 Информационно-аналитическая справка по результатам мониторинга внедрения искусственного интеллекта в приоритетных отраслях экономики Российской Федерации по итогам 1-го полугодия 2023 года, НЦРИИ. Искусственный интеллект Российской Федерации: сайт. – URL: <https://ai.gov.ru> (дата обращения: 19.02.2024). – Текст: электронный.

МЕССЕНДЖЕР-МАРКЕТИНГ – ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

О.В. Белокрылова², ученица 10 класс

Научный руководитель: Полицинская Е.В.^{а1}, к.пед.н., доц.

¹Юргинский технологический институт (филиал)

Национального исследовательского Томского политехнического университета

652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26

²МБОУ «Образовательный комплекс № 9 города Юрги»

652053, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Тургенева, 40б/3

E-mail: ^а katy031983@mail.ru

Аннотация: В современных условиях бизнес стал активно развиваться через мессенджеры, так как они предоставляют компаниям и предпринимателям удобный и эффективный способ коммуникации с клиентами, а также возможность осуществления продаж и платежей. В статье рассмотрена роль мессенджеров для предпринимателей.

Ключевые слова: маркетинг, мессенджеры, бизнес, прибыль.

Abstract: In modern conditions, business has begun to actively develop through messengers, as they provide companies and entrepreneurs with a convenient and effective way to communicate with customers, as well as the ability to make sales and payments. The article discusses the role of messengers for entrepreneurs.

Keywords: marketing, messengers, business, profit.

Мессенджеры играют важную роль в экономике, так как они позволяют людям быстро и удобно общаться друг с другом. Они могут быть использованы для передачи информации о товарах или услугах, а также для проведения маркетинговых кампаний. Мессенджеры также могут помочь компаниям улучшить свою коммуникацию с клиентами и повысить уровень обслуживания. Однако, использование мессенджеров может иметь и негативные последствия, такие как утечка конфиденциальной информации и нарушение законодательства о защите данных.

Мессенджеры привлекательны для потребителей по нескольким причинам:

1. Быстрый доступ к информации: Мессенджеры позволяют пользователям получать быстрый доступ к информации, такой как новости, погода, пробки и т. д. Это особенно полезно для тех, кто находится вне дома или офиса и хочет оставаться в курсе происходящего.
2. Возможность общения: Мессенджеры предоставляют возможность общаться с друзьями и близкими, даже если они находятся далеко друг от друга. Это особенно ценно для людей, которые живут в разных городах или странах.
3. Удобство использования: Мессенджеры очень удобны в использовании, поскольку они позволяют обмениваться короткими сообщениями и звонить другим пользователям без необходимости устанавливать дополнительные приложения на устройствах.
4. Низкая стоимость: Мессенджеры обычно предлагают низкие цены по сравнению с традиционными способами связи, такими как звонки или почта. Это делает их привлекательными для многих потребителей.

Существует несколько способов коммуникации брендов с потребителями через мессенджеры:

1. Отправка персонализированных сообщений: Бренды могут отправлять сообщения своим клиентам, предлагая им скидки, бонусы или специальные предложения.
2. Организация конкурсов и розыгрышей: Бренды могут организовывать конкурсы и розыгрыши среди своих клиентов, чтобы привлечь их внимание к продукту или услуге.

3. Использование чат-ботов: чат-боты могут отвечать на вопросы клиентов и предоставлять информацию о продуктах или услугах.

4. Взаимодействие в реальном времени: Бренды могут использовать мессенджеры для взаимодействия с клиентами в режиме реального времени, например, проводить онлайн-встречи или презентации продуктов.

С каждым годом мобильные устройства становятся все более развитыми в технологическом плане и доступными по цене.

В мобильных мессенджерах бизнесы могут осуществлять поддержку, отправлять уведомления и продвигать свой бренд [1].

По данным «Мегафона» и исследованию РБК, была представлена популярность всех приложений, у которых есть функционал общения бизнеса с клиентами в России (Рис.1) [2].

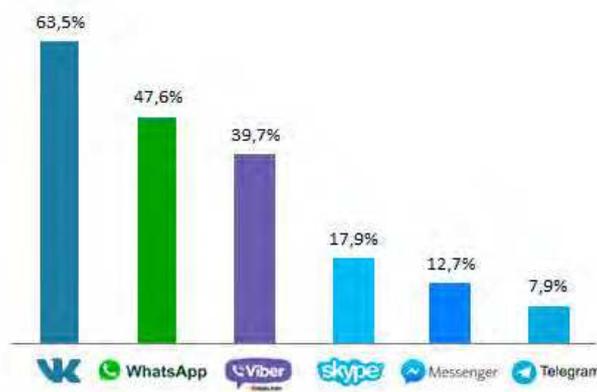


Рис. 1. Рейтинги приложений

Мессенджеры в 2024 году – самый эффективный способ коммуникации с аудиторией. Они установлены у каждого второго россиянина на смартфоне. Но бизнес в них пока представлен довольно слабо.

В 2024 году мы выделяем 5 основных каналов для мессенджер-маркетинга:

- рассылка «ВКонтакте»;
- Telegram;
- Viber;
- WhatsApp;
- Facebook Messenger.

Здесь собрана самая большая аудитория, а функционал делает их удобными для бизнеса. По данным Mediascope, WhatsApp в России используют 70,6 млн, Viber – 36,2 млн, Telegram – 26,7 млн, а Facebook Messenger – 7,1 млн человек.

Эффективность SMM и email-маркетинга падает. Аудитория переходит в мессенджеры, а нововведения вроде умной ленты в соцсетях снижают бесплатный охват. В итоге приходится запускать рекламу и платить за охват своей же аудитории или мириться с низкими показателями.

Мессенджер-маркетинг – это такой же инструмент продвижения в интернете, как и SMM. При правильном подходе мессенджеры могут помочь достичь большинства целей бизнеса: привлечь клиентов, улучшить имидж, продавать товары и услуги.

Наиболее эффективная стратегия для достижения этих целей – стратегия прогрева. С ее помощью аудитория привлекается в нужный канал, затем постепенно знакомится с компанией, продуктами или услугами.

Продажи в мессенджерах не обязательно должны осуществляться на площадках самих мессенджеров. Переводить аудиторию сюда можно и с сайта, и отсюда – на сайт. Для этого на веб-ресурсах можно поставить кнопки быстрого перехода, а в мессенджеры отправить предложение со специальными акциями и скидками для тех, кто сделает заказ на сайте.

Торговые центры, магазины товаров повседневного спроса, рестораны, сервисные центры и другой аналогичный бизнес может разработать систему продаж в мессенджерах, чтобы привести покупателей в офлайн.

Здесь важно, чтобы клиент привык при необходимости приходить именно в эти места. Чтобы здесь у него были свои скидки, привилегии. Чтобы его заказы и потребности помнили и предлагали ему то, что он любит или что-то новое из спектра его интересов. Такого клиента надо удерживать. И добрая половина мессенджеров может решить эту задачу.

Организация продаж в мессенджерах – это держать курс на перспективу. В целом, мессенджеры являются эффективным инструментом для продвижения товаров и услуг. Они позволяют компаниям установить более тесный контакт с клиентами, повысить уровень обслуживания и увеличить продажи.

Список использованных источников:

1. Кушков Е.А. Мессенджеры для бизнеса. Роль и влияние на цифровую экономику / Е.А. Кушков // *Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн.* – 2019. – № 4 (61). – URL: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/7072> (дата обращения: 14.03.2024). – Текст: электронный.
2. Шесть способов использования мессенджеров в бизнесе: сайт. – URL: <https://www.cossa.ru/152/157401/?ysclid=ls2wvzok84665458487> (дата обращения: 14.03.2024). – Текст: электронный.

АРХИТЕКТУРА НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОСТАВЛЕННОЙ ЗАДАЧИ

А.И. Гришин^а, студент гр. 17В31

Научный руководитель: Сарафанникова А.С., ассистент

Юргинский технологический институт (филиал)

Национального исследовательского Томского политехнического университета

652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26

E-mail: ^аandrusha80008@gmail.com

Аннотация: В статье рассмотрены особенности нейронной сети прямого распространения. Проанализированы задачи, решаемые данной архитектурой: распознавание образов, прогнозирование, кластеризация. Описаны возможные пути использования нейросети прямого распространения при решении задачи распознавания образов.

Ключевые слова: нейронные сети, виды нейронных сетей, архитектура нейронных сетей.

Abstract: The article discusses the features of a feedforward neural network. The problems solved by this architecture are analyzed: pattern recognition, forecasting and clustering. Possible ways of using a feedforward neural network to solve the problem of pattern recognition are described.

Keywords: neural networks, types of neural networks, neural network architecture.

Сокращение временных отрезков между событиями ведет к неуклонному желанию человечества упростить некоторые операции жизнедеятельности. Поэтому в современности бурное развитие получили информационные технологии, в частности нейронные сети или искусственный интеллект. Актуальность использования нейросетей заключается в том, что за последнее время объемы данных резко выросли, и продолжают неуклонно расти. По свидетельству ООН ежегодно объем данных увеличивается на 40 % [1]. Безусловно, самостоятельно человеку практически невозможно справиться с таким количеством получаемой информации, что привело к созданию «помощников». Американский ученый Ф.Розенблат в 1958 году создал вычислительную электронную машину «Персерptron» (рис.1). Она представляла собой нейрокомпьютер, который был способен распознавать некоторые буквы английского алфавита. На сегодняшний день бурное развитие нейронных сетей привело к тому, что их архитектур насчитывается более двадцати, но это не предел.