

Штучний інтелект. Чому ШІ
може бути ключем до
персоналізації клієнтського
досвіду?

Надія ПРОСКУРНІНА

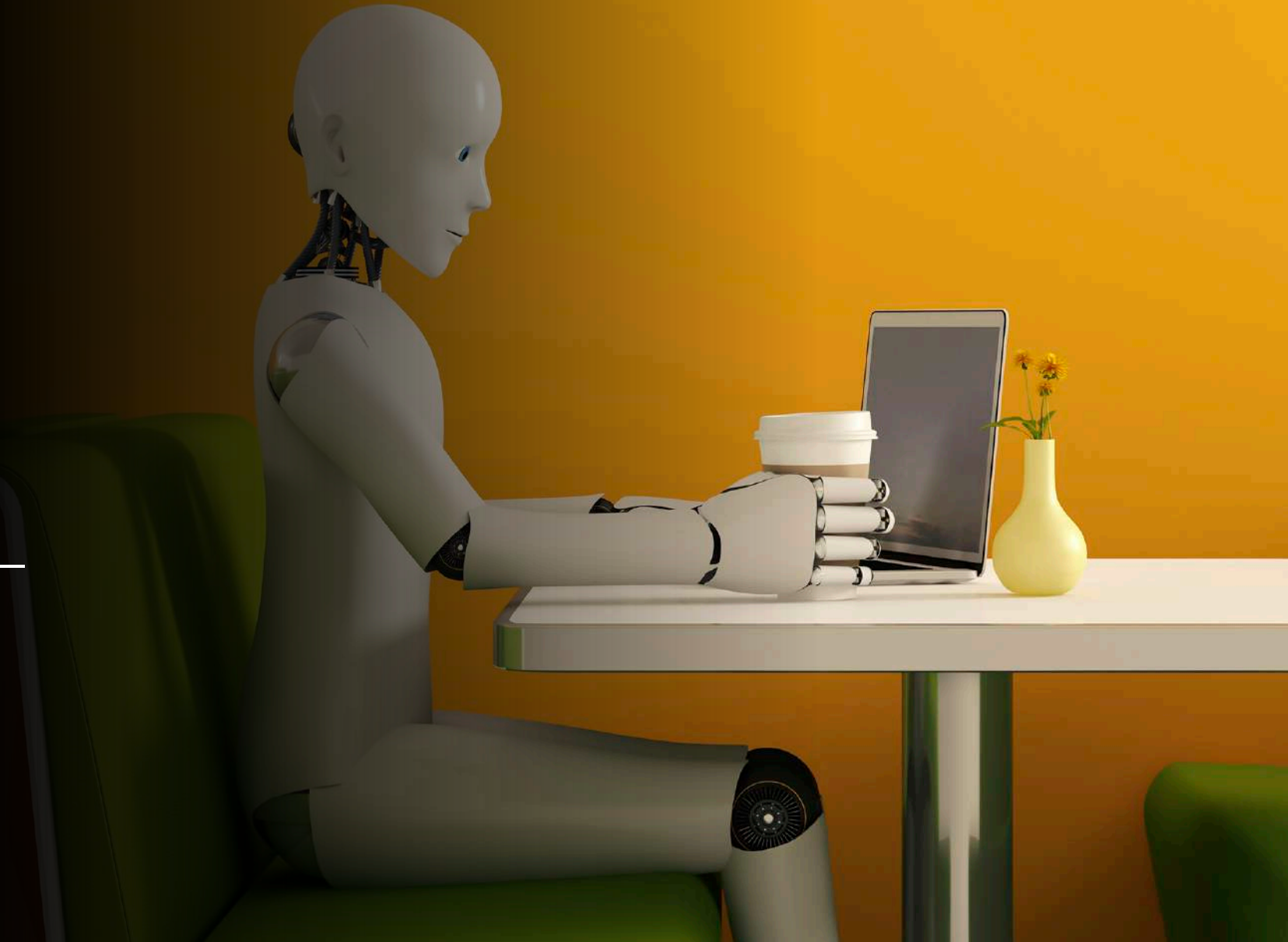
Зміст



- Визначення штучного інтелекту (AI)
- Чат-боти та персоналізація
- Прогнозна аналітика та персоналізація
- Майбутнє ШІ та персоналізації
- Висновок

Що таке штучний інтелект?

Artificial intelligence



АЛАН
ТЮРИНГ



РЕЙ
КУРЦВЕЙЛ





Інтелект

- Уся поведінка людини, крім найпростішої, приписується інтелекту, тоді як навіть найскладніша поведінка комах ніколи не сприймається як ознака інтелекту.
- Чому так?

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ (AI)

- здатність цифрового комп'ютера або керованого комп'ютером робота виконувати завдання, які зазвичай пов'язані з розумними істотами.



Дослідження штучного інтелекту

Навчання

Міркування

Вирішення проблем

Сприйняття та використання мови

форми
навчання ШІ

методом проб і помилок

заучування напам'ять

узагальнення



Міркування

- Міркувати — означає робити висновки, що відповідають ситуації. Висновки класифікуються як дедуктивні та індуктивні.

Вирішення проблем

У сфері штучного інтелекту, можна охарактеризувати як систематичний пошук у ряді можливих дій для досягнення певної заздалегідь визначеної мети чи рішення.

Методи розв'язування задач поділяються на спеціальні та загального призначення

Сприйняття

- При сприйнятті навколишнє середовище сканується за допомогою різних органів чуття, реальних чи штучних, а сцена розкладається на окремі об'єкти в різних просторових співвідношеннях.
- Аналіз ускладнюється тим фактом, що об'єкт може виглядати по-різному залежно від кута, під яким на нього дивляться, напрямку та інтенсивності освітлення в сцені та того, наскільки об'єкт контрастує з навколишнім полем.





Мова

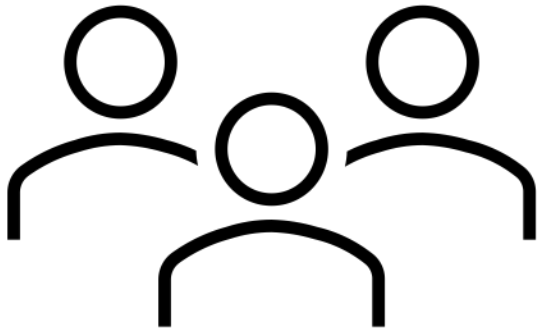
- Мова - це система знаків, що мають значення за домовленістю. У цьому сенсі мову не потрібно обмежувати усним словом.
- Відносно легко написати комп'ютерні програми, які, здавалося б, здатні в суворо обмеженому контексті вільно відповідати людською мовою на запитання та твердження.
- Хоча жодна з цих програм насправді не розуміє мови, вони, в принципі, можуть досягти точки, коли їх знання мови буде невідрізненим від володіння мовою нормальної людини.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І АЛГОРИТМИ МАШИННОГО НАВЧАННЯ

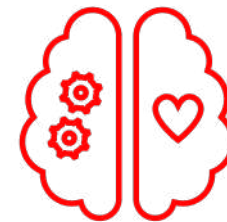
- Ці технології можна використовувати для аналізу даних клієнтів і створення персоналізованого досвіду в режимі реального часу. Наприклад, компанія може використовувати алгоритми машинного навчання для аналізу історії покупок клієнта та поведінки веб-переглядача, щоб створити налаштовану домашню сторінку для цього клієнта.
- Персоналізації також можна досягти за допомогою персоналізованих каналів зв'язку, таких як чат-боти, які можуть надавати індивідуальну інформацію та підтримку клієнтам відповідно до їхніх потреб і вподобань. Наприклад, чат-бот може ставити клієнтам запитання про їхні інтереси та вподобання, щоб надати персоналізовані рекомендації щодо продуктів або послуг.

Чому персоналізація важлива?

Сегментація



Персоналізація

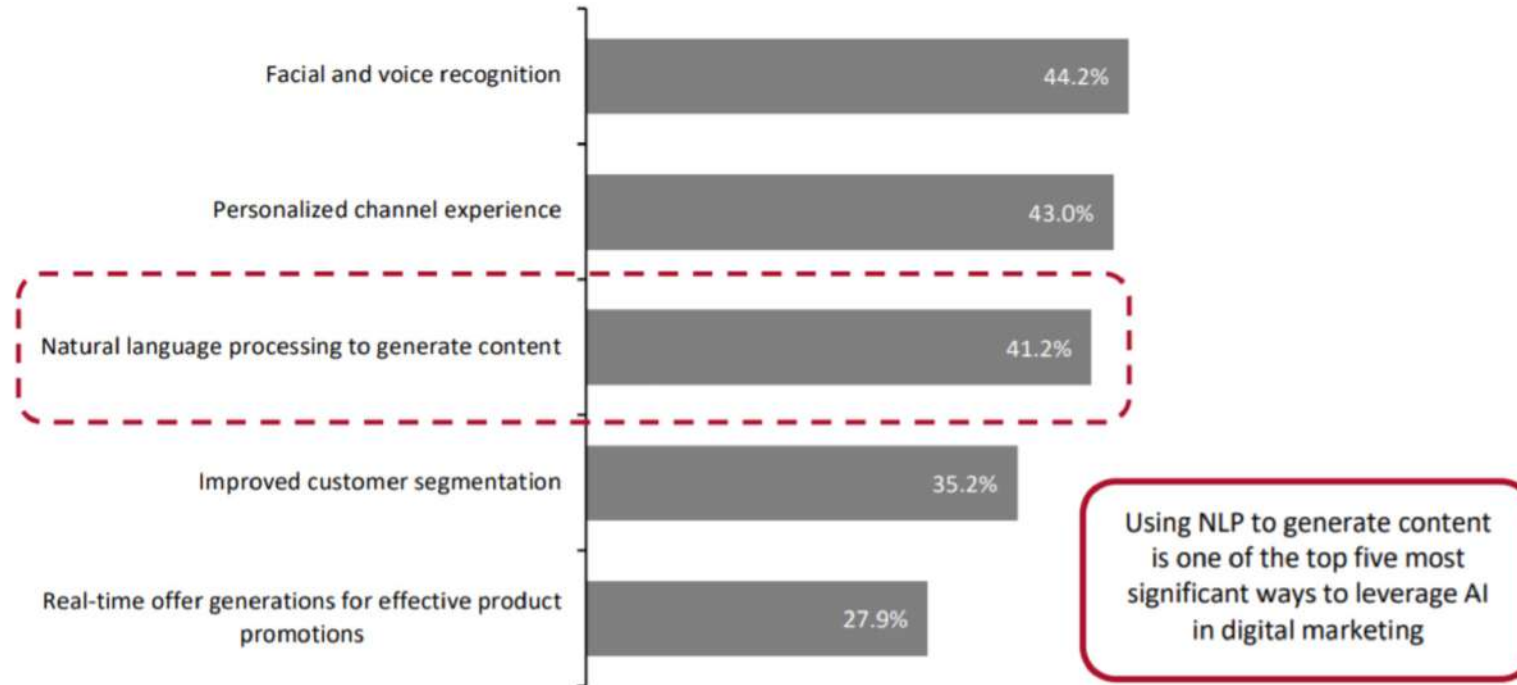


«Штучний інтелект трансформує індустрію B2B-маркетингу та продажів, забезпечуючи кращі знання, персоналізовані кампанії, динамічний досвід і загалом більш бездоганний досвід між маркетингом і продажами»



Нейт Скіннер, віце-президент із маркетингу продуктів Salesforce Pardo

Figure 1. Top Five Most Significant Ways in Which Organizations Are Experimenting with AI in Digital Marketing (% of Respondents)

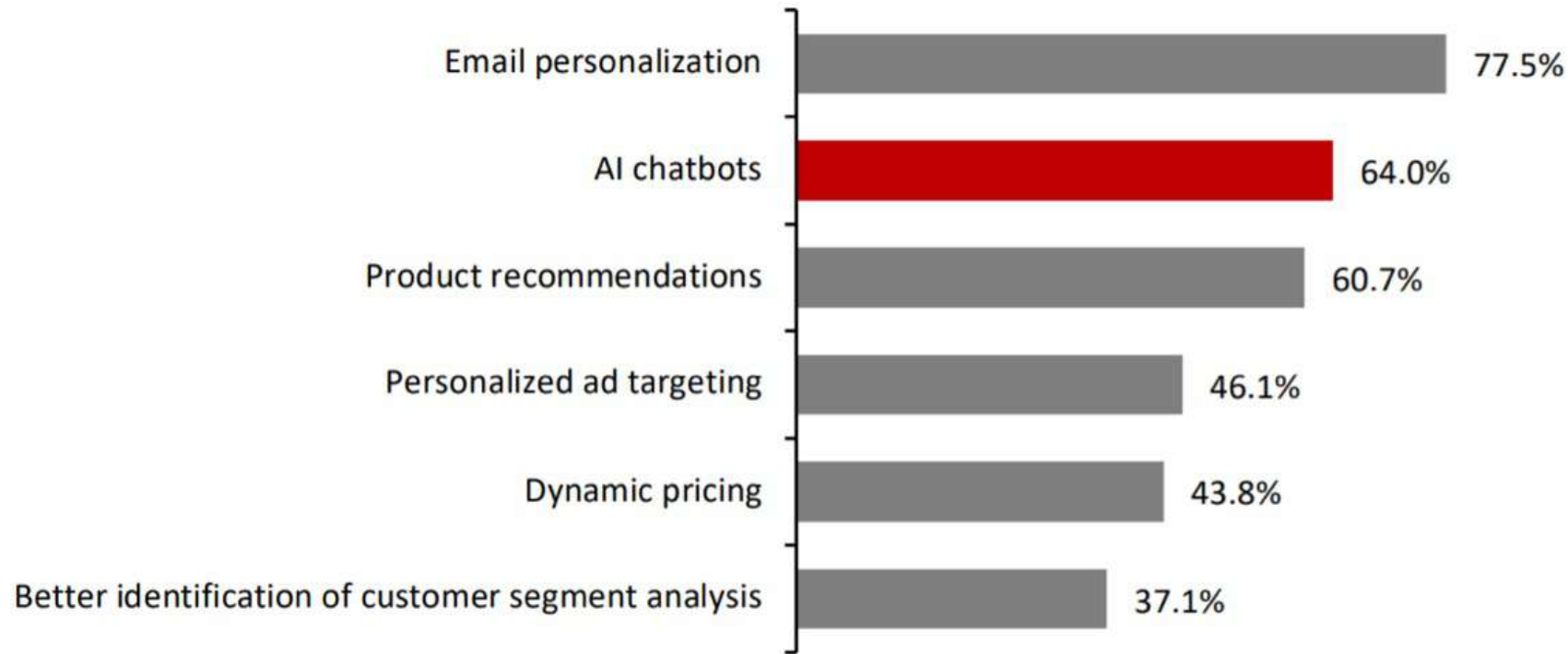


Respondents were asked to select up to three most significant ways in which they are experimenting with AI in digital marketing

Base: 165 US-based executives

Source: Coresight Research

Ways in Which Organizations Are Using AI To Improve Customer Satisfaction (% of Respondents)



Як можна використовувати маркетингову персоналізацію на основі ШІ?

Електронна пошта та обмін повідомленнями

Індивідуальні рекомендації

Динамічні веб-сайти

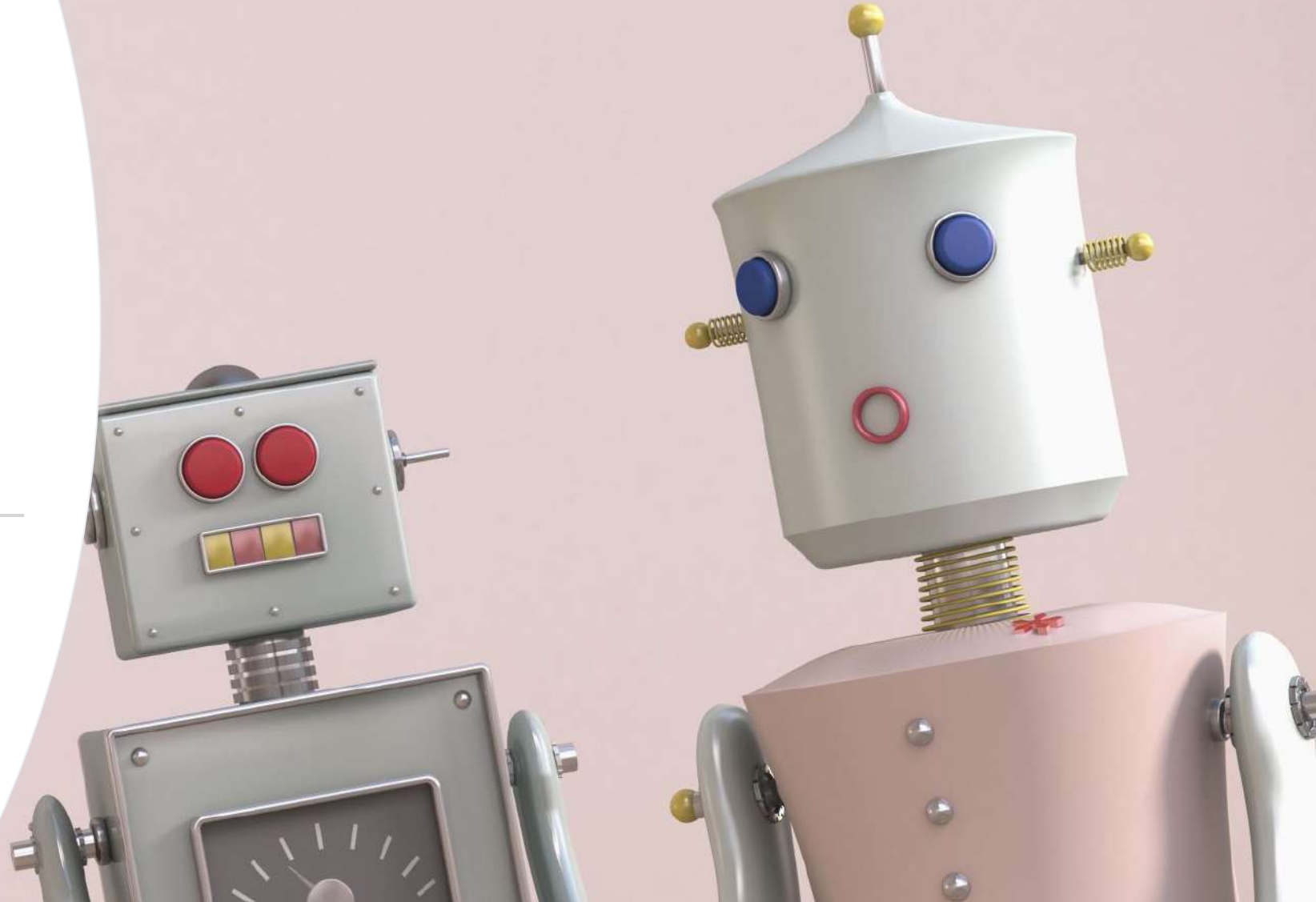
Прогнозування

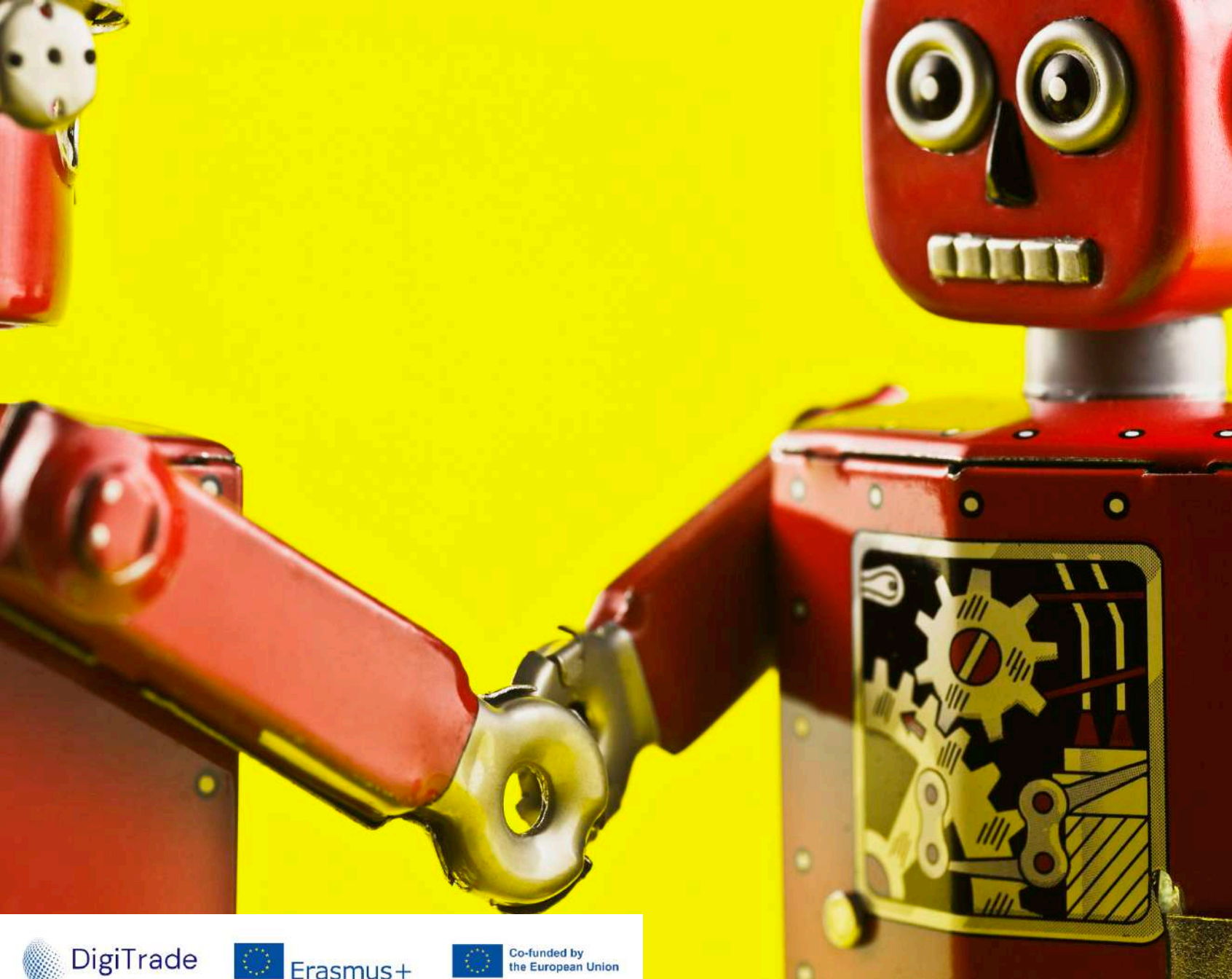
Мова і почуття

Допоміжний пошук

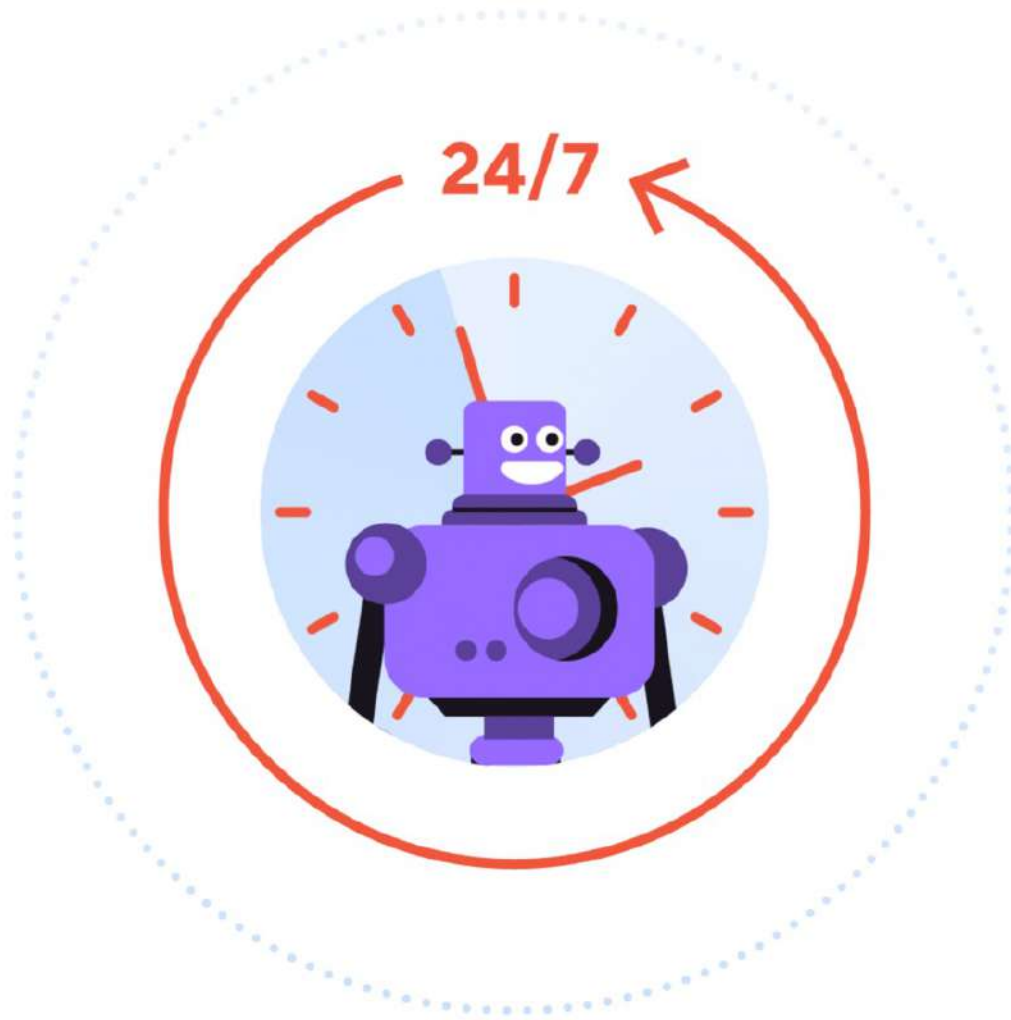
Формування “людського дотику”

Chatbots





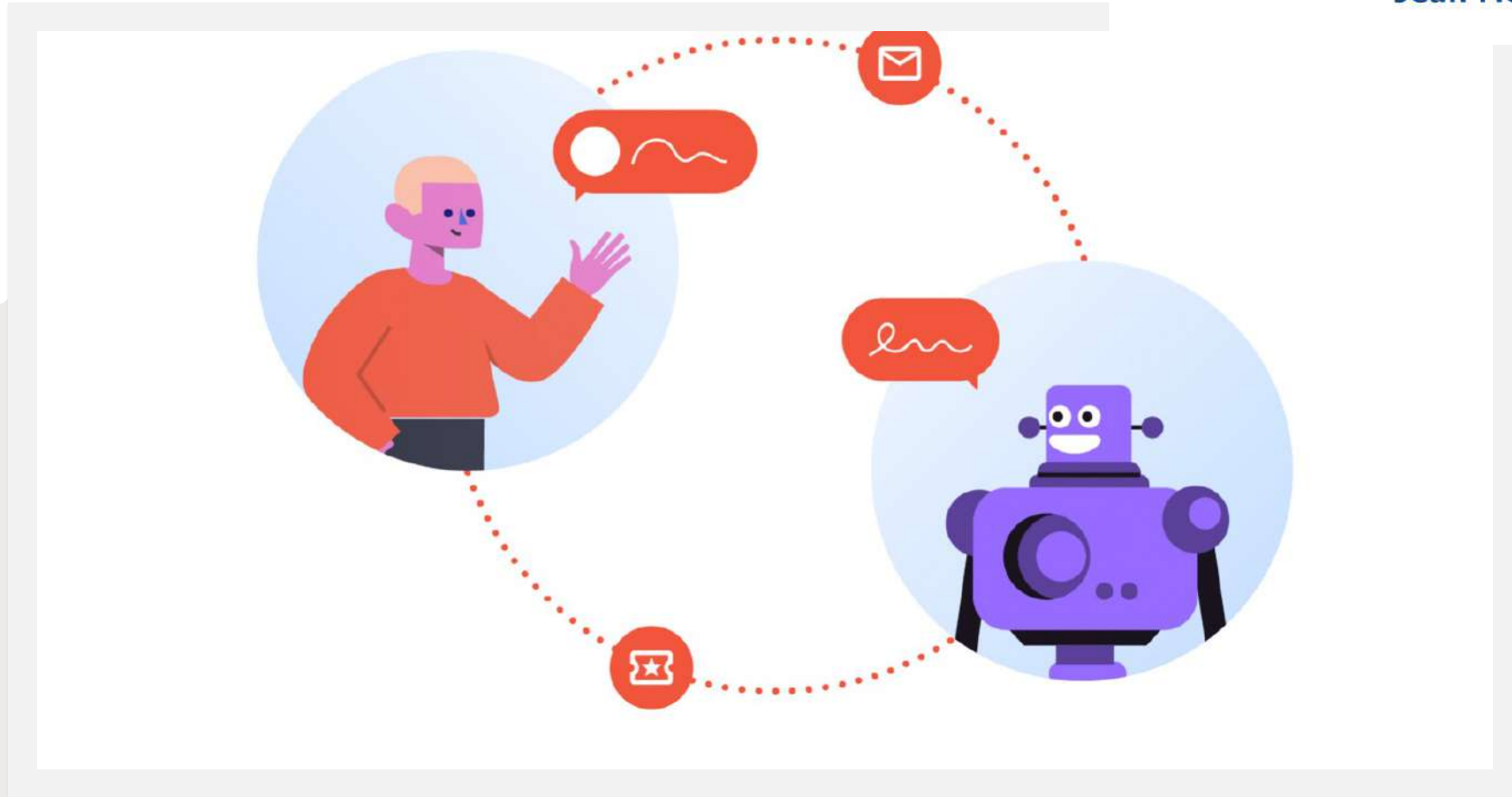
- Чат-бот — це комп'ютерна програма, яка імітує людську розмову в її природному форматі. Вони можуть спілкуватися за допомогою складних методів штучного інтелекту, таких як обробка природної мови, за допомогою текстових або голосових інтерфейсів.



ЦІЛОДОВОБА ДОСТУПНІСТЬ

Переваги
використання
чат-ботів

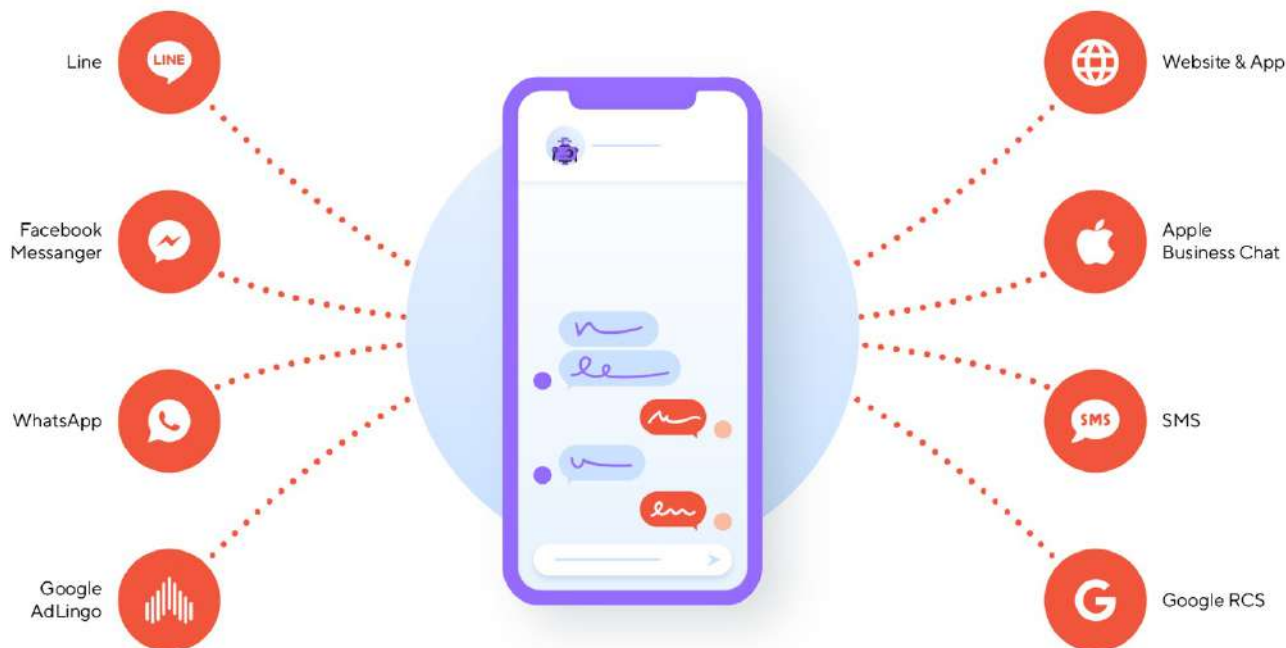




Переваги використання чат-ботів

ПЕРСОНАЛІЗОВАНА ВЗАЄМОДІЯ З КЛІЄНТОМ

Переваги використання чат-ботів



- Чат-боти мають можливість інтегруватися з системами управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) і системами управління запасами (IMS), щоб забезпечити покращену взаємодію з клієнтами, яка є більш ефективною та привабливою
- Використання чат-бота дозволяє отримувати якісні дані про клієнтів

Як розроблені ці боти?

ВИСЛОВЛЮВАННЯ

“Show me yesterday’s financial news”

сутність

сутність

намір : **showNews**

дієслово іменник

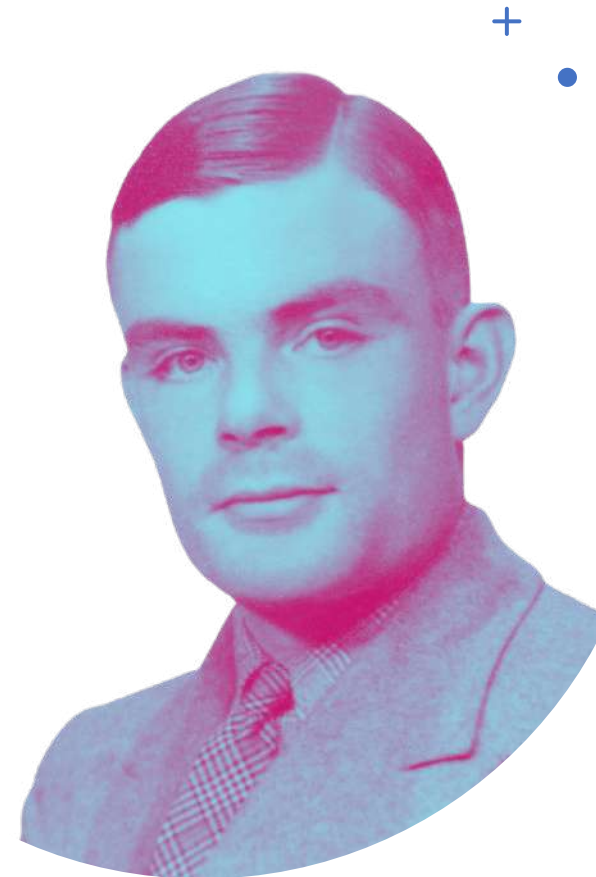
- «покажи мені вчорашні фінансові новини»

Можливості бота можна розширити



- за допомогою сторонніх API, які можна інтегрувати в бота. Коли механізм NLU/NLP визначив намір користувача, наступним кроком буде запит цієї інформації з якогось джерела та відправлення її назад користувачеві для виконання його запиту. Існує величезна кількість можливостей того, яку інформацію чи дії ви можете надати своїм користувачам.
- Якщо ми хочемо створити метеорологічного бота, який відповідає на запити, пов'язані з погодою та прогнозом, розробники можуть просто використати існуючий API погоди, або, можливо, ми хочемо запланувати зустріч за допомогою API Календаря Google. Можливості обмежені лише уявою.

-
- Простір чат-ботів продовжує розвиватися, і оскільки компанії все більше виділяють ресурси на розробку чат-ботів, це лише питання часу, коли кожен розроблений чат-бот зможе пройти тест Тьюрінга.





Прогностична аналітика



Прогностична аналітика
займається не лише аналізом
наявних даних, щоб надати
клієнтам, які повертаються,
персоналізований досвід. Фірми
прогносної аналітики можуть
допомогти вам визначити тип
даних, які вам потрібні, щоб
зробити прогноз щодо
абсолютно нових користувачів.



Що ще важливіше, компанії
можуть використовувати
прогносну аналітику для
класифікації кожного нового
клієнта на заздалегідь визначені
сегменти. Це досягається за
допомогою користувальницьких
алгоритмів, які відповідають
невеликій кількості доступної
інформації про нових
користувачів з унікальними
характеристиками кожної
категорії.

Прогностична аналітика займається не лише аналізом наявних даних, щоб надати клієнтам, які повертаються, персоналізований досвід. Фірми прогновної аналітики можуть допомогти вам визначити тип даних, які вам потрібні, щоб зробити прогноз щодо абсолютно нових користувачів.

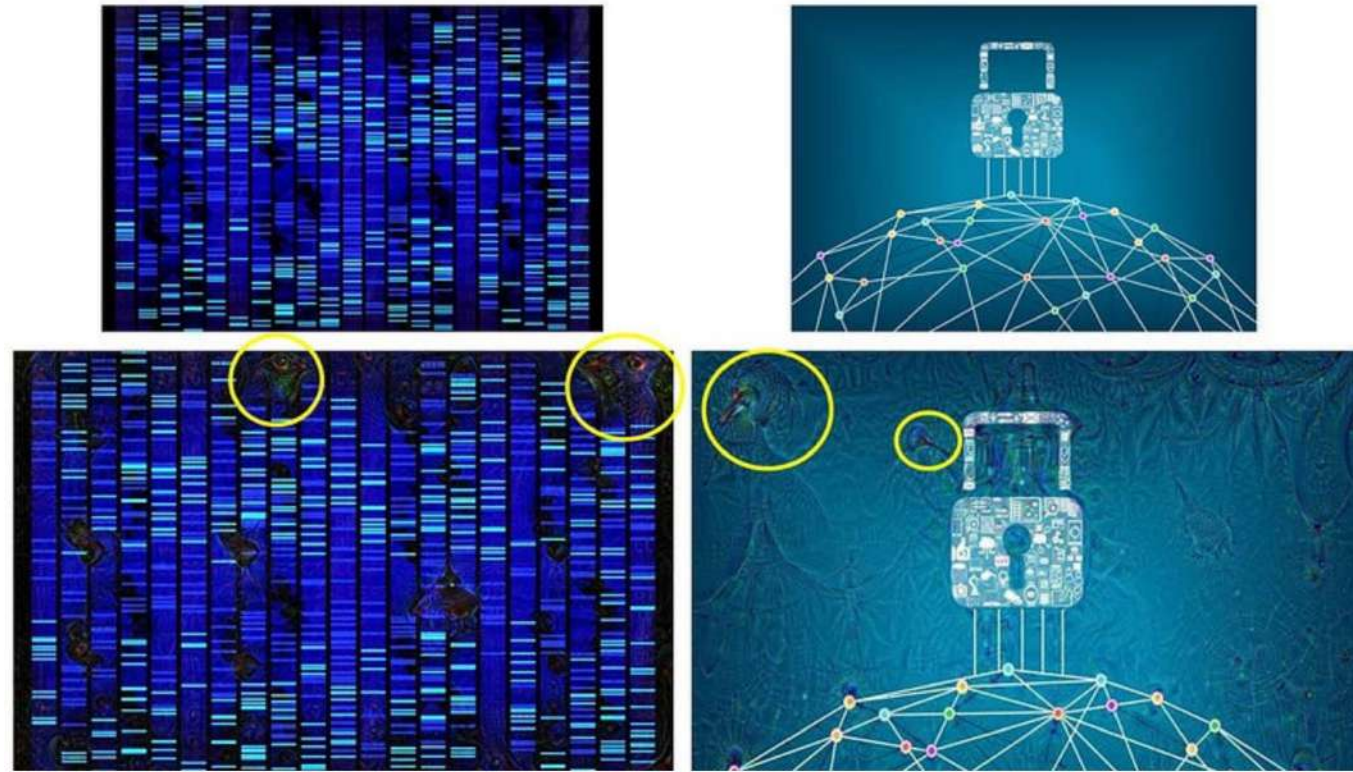
Компанії можуть використовувати прогнозну аналітику для класифікації кожного нового клієнта на заздалегідь визначені сегменти. Це досягається за допомогою користувальницьких алгоритмів, які відповідають невеликій кількості доступної інформації про нових користувачів з унікальними характеристиками кожної категорії.



Майбутнє персоналізації

«персональний Google для кожного»

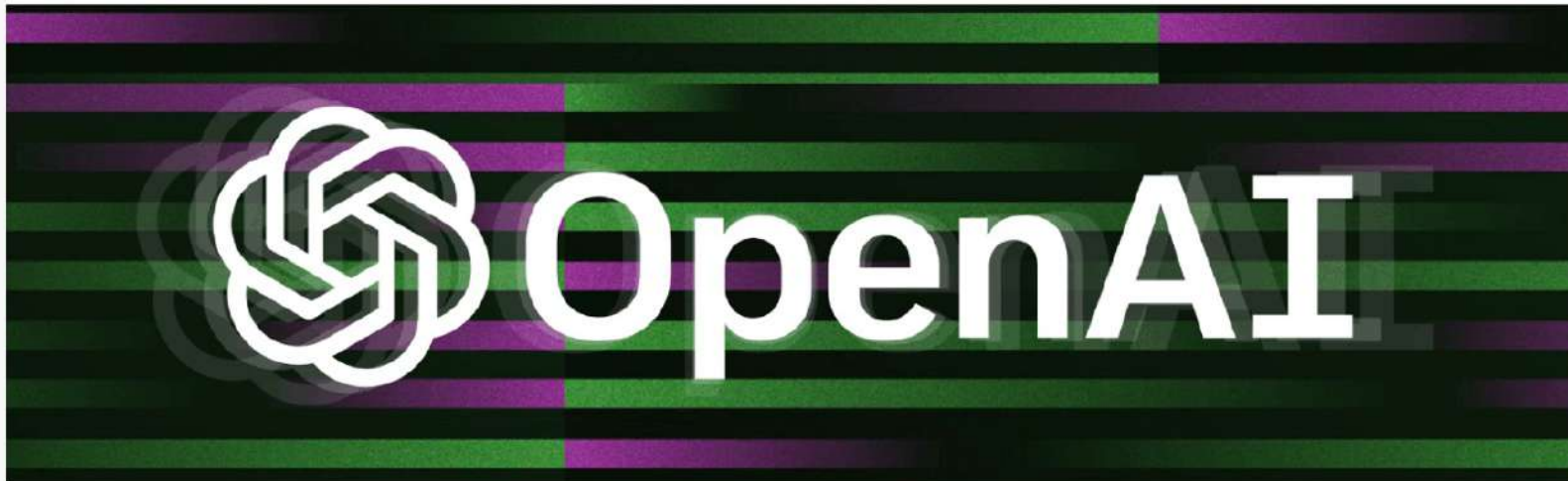
Comparison of different images before and after Deep Dream



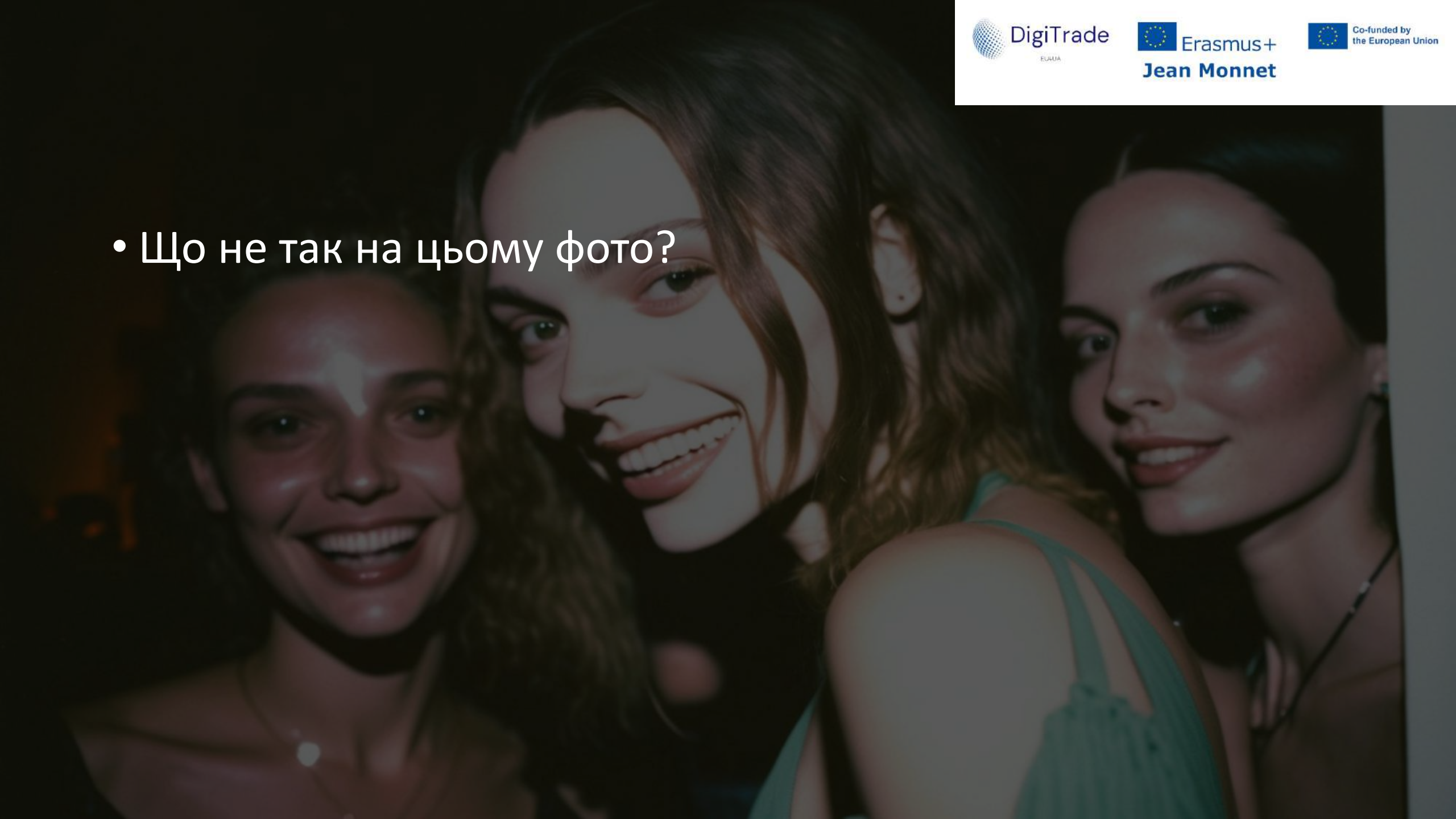
У результаті технології,
що забезпечують
справжню
персоналізацію, повинні
будуть ефективно
виконувати дві важливі
функції:

Індивідуальний аналіз
поведінки кожної людини

Постійно вчитися на
минулих і теперішніх даних
про поведінку споживачів



- Що не так на цьому фото?





Midjourney AI



Висновок

ШІ може стати ключем до персоналізації клієнтського досвіду. Використовуючи аналітику даних, алгоритми машинного навчання та персоналізовані канали зв'язку, такі як чат-боти, компанії можуть створювати більш цілеспрямовані маркетингові кампанії, персоналізовані рекомендації щодо продуктів і індивідуальний досвід клієнтів. Це може призвести до зміцнення відносин із клієнтами, підвищення лояльності та, зрештою, сприяти розвитку бізнесу.

Неможливо переоцінити важливість персоналізації в діловому світі. Компанії, які можуть створити персоналізований досвід для своїх клієнтів, з більшою ймовірністю побудують довгострокові відносини, підвищать лояльність клієнтів і збільшать продажі. Персоналізація також може допомогти компаніям вирізнитися з-поміж своїх конкурентів і створити сильний бренд.

Однак для компаній важливо залишатися зосередженими на клієнтах і прагнути забезпечити найкращий досвід для кожного окремого клієнта. Це означає використання технологій для розширення, а не заміни людської взаємодії та забезпечення етичної та прозорої персоналізації. Загалом важливість персоналізації клієнтського досвіду лише зростатиме, оскільки клієнти стають дедалі вимогливішими та очікують більшого від компаній, з якими вони співпрацюють



Дякую за увагу

Тема наступної лекції:

СТРАТЕГІЯ ЄДИНОГО ЦИФРОВОГО
РИНКУ ЄС