

Использование цифровых технологий в SMM: новые возможности и угрозы

К.С. Немцова

Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» Самара, Россия

Обоснование. Цифровые технологии активно развиваются в наши дни, и практически каждый день человечество становится свидетелем новых технологических достижений. Несомненно, сложившаяся тенденция предполагает значительные изменения во многих сферах жизни людей, в том числе в бизнесе и маркетинге.

Цель — показать изменения, произошедшие в сфере Social Media Marketing с приходом в нее современных цифровых технологий, а также выявить возможности и угрозы в сложившейся ситуации.

Методы. Для определения изменений, возможностей и угроз, произошедших в сфере Social Media Marketing с приходом цифровых технологий, проведен теоретический анализ источников по теме исследования. В работе также были использованы методы эмпирического исследования, с помощью искусственного интеллекта создан и подготовлен аккаунт для продвижения услуг в социальной сети (рис. 1).

Результаты. С появлением и внедрением возможностей искусственного интеллекта и нейросетей работа специалистов по маркетингу в социальных медиа несколько изменилась. Возможности нейросетей, в частности «Midjourney» и «ChatGPT», позволяют автоматизировать некоторые задачи и повысить эффективность работы. Нейросети предоставляют следующие возможности для работы SMM-специалиста:

1. Помощь в анализе рынка, анализе конкурентов, составлении портрета целевой аудитории.
2. Создание элементов фирменного стиля, к примеру логотипа, слогана, графических элементов и цветовых гамм.
3. Помощь в составлении контент-плана и генерации контента. Нейросети могут помочь прописать сценарий к ролику, сгенерировать по запросу фото для примера будущей фотосессии, а также предложить идеи для написания постов.
4. Создание рекламных кампаний и выявление определенных выгод продукта для потребителей.

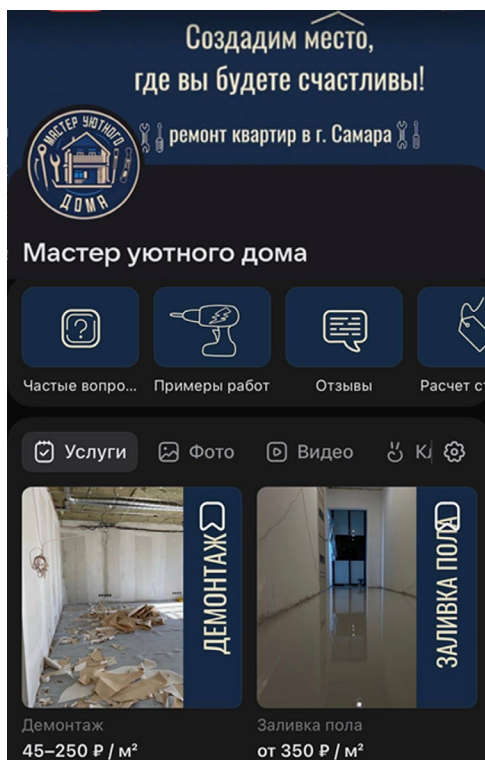


Рис. 1. Аккаунт в социальной сети, созданный при помощи возможностей нейросетей

Таким образом, нейросети действительно помогают в ведении социальных сетей: дают возможность значительно ускорить и упростить работу SMM-специалиста. Но, несмотря на положительные свойства, нейросети также имеют и отрицательные стороны:

1. Нейросети способны распространять ненастоящие и несуществующие новости.
2. Пользуясь нейросетями, специалисты могут столкнуться с проблемой авторских прав.
3. Нейросети представляют угрозу замены SMM-специалистов.

Выводы. С одной стороны, нейросети являются хорошим помощником в работе специалистов по маркетингу в социальных медиа, ведь они призваны значительно упростить и ускорить их работу. Но с другой стороны, нейросети несут в себе угрозу исчезновения данных специалистов. Уже сегодня необходимо принимать эту угрозу во внимание, учиться работать с нейросетями и улучшать свои профессиональные компетенции.

Ключевые слова: искусственный интеллект; нейросети; маркетинг; SMM; SMM-специалист.

Список литературы

1. Андреев М.В. Цифровые технологии в маркетинге // Молодой ученый. 2021. № 16. С. 204–207. EDN: ZLWVVH
2. Крылов В. Как искусственный интеллект меняет рынок SMM // Tech Week: электронный журнал. Режим доступа: <https://techweek.moscow/blog/tpost/yzmorx7vs1-kak-iskusstvennii-intellekt-menyaet-rino?ysclid=lu8ka5rm86692165350>
3. Миронов М., Сафиуллина К. Маркетинговые тренды 2024: Какие инструменты и технологии станут ключевыми // Brandformance-агентство MediaGuru : электронный журнал. Режим доступа: <https://www.sostav.ru/blogs/260706/43659?ysclid=lsyh260ptt288736950>

Сведения об авторе:

Карина Сергеевна Немцова — студентка, группа М-31, Институт экономики и права; Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка», Самара, Россия. E-mail: nemets_163@mail.ru

Сведения о научном руководителе:

Светлана Видаликовна Косицына — кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры менеджмента и цифрового маркетинга; Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка», Самара, Россия. E-mail: Fitil501@yandex.ru