

МАЙБУТНЄ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ: ГЕНЕРАТИВНИЙ ПОШУК ЯК ПОТЕНЦІЙНИЙ ФАКТОР ЗМІН

«Люди часто переоцінюють те, що станеться в найближчі два роки, і недооцінюють те, що станеться через десять» - Білл Гейтс [1]. Дана цитата дуже точно ілюструє радикальність змін, які відбуваються в світі і охоплюють більшість сфер життя.

При розробці багаторічної стратегії розвитку торговельного підприємства необхідно передбачати потенційні зміни в навколишньому середовищі. З урахуванням того, що цифровий маркетинг став невід'ємною частиною більшості компаній, важливо враховувати сучасні тенденції та майбутні зміни даного напрямку. У цьому контексті міжнародні корпорації, такі як Google, Microsoft, Facebook, Amazon, виступають "законодавцями", контролюючи значну частку Інтернету.

Розвиток штучного інтелекту деталі частіше визначає майбутній напрямок руху інтернет-технологій. У 2023 році Microsoft запустив генеративний пошук на своєму сайті Bing, а Google запустив аналогічний сервіс у тестовому режимі під назвою Search Generative Experience (SGE). Працює дана технологія в режимі спілкування з ботом. Користувач задає запитання, пошукова система аналізує наявні сайти і на основі знайдених даних генерує відповідь. Посилання на інші веб сайти залишаються, але більшість інформації користувач може отримати від бота.

Генеративний пошук в майбутньому може призвести до суттєвих перетворень, а саме:

1. Збільшення відсотку нульових кліків. Тобто все більше користувачів будуть знаходити потрібну інформацію на сервісах Google або іншої пошукової системи. Як результат, зменшиться важливість звичайних сайтів та їх трафік.

2. Зміни в стратегіях пошукової оптимізації сайтів. Необхідно буде додатково враховувати алгоритми генеративного пошуку.

3. Зміст відповіді буде визначатися великою мірою алгоритмами штучного інтелекту. Для значної частки людей саме Google або Microsoft будуть визначати, що є правильною відповіддю.

4. Проблема авторських прав. Вже зараз The New York Times на своєму сайті у розділі «Умови використання» регулює питання взаємодії зі штучним інтелектом, забороняючи використання свого матеріалу без письмової згоди компанії [2].

Незважаючи на недоліки, які притаманні генеративному пошуку, такі, як низька швидкість відповіді та неточність, цей тренд може суттєво змінити методи цифрового маркетингу. Тому це необхідно враховувати в розробці та реалізації маркетингових стратегій компаній, які присутні в цифровому просторі. Незважаючи на те, що тренд ще новий, зміни можуть настати набагато швидше, ніж очікує суспільство та бізнес.

Перелік посилань:

1. Bill Gates – Forbes Quotes - [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://www.forbes.com/quotes/author/bill-gates/>

2. The New York Times - Terms of Service - [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://help.nytimes.com/hc/en-us/articles/115014893428-Terms-of-Service>