

Андрей Курцев

ТРЕНДЫ МАРКЕТИНГА 2040 ГОДА



Как искусственный интеллект оставит
маркетологов без работы, а потребителя
без выбора

Андрей Курцев

Тренды маркетинга 2040 года

«Издательские решения»

Курцев А. Д.

Тренды маркетинга 2040 года / А. Д. Курцев — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-969510-9

Мы живем в самом начале века цифровой эпохи. Все данные: от местоположения до наших интересов ежесекундно собираются в статистику для дальнейшего использования в рекламе. Самая скандальная правда о будущем потребителей. Куда приведут наработки в сфере искусственного интеллекта и виртуальной реальности? Если не хотите знать секреты будущего или отказываетесь верить в массовое чипирование населения, просто отложите эту книгу и живите в неведении.

ISBN 978-5-44-969510-9

© Курцев А. Д.
© Издательские решения

Содержание

О книге от специалистов	6
Благодарность	7
Предисловие	8
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Тренды маркетинга 2040 года

Андрей Дмитриевич Курцев

© Андрей Дмитриевич Курцев, 2019

ISBN 978-5-4496-9510-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

О книге от специалистов

Будущее – это круто. И вместе с этой книгой всем читателям я советую посмотреть сериал «Черное зеркало» – о будущем технологий и маркетинга в том числе, а также книгу «Generation П», потому что в ней тоже есть намек на будущее, а каждому рецензенту – дать свой прогноз.

Мой прогноз на будущее таков: будущее PR-а – это виртуальные спикеры, это присутствие в конференциях и инфо-мероприятиях максимально правдоподобных двойников, это распространение пресс-релизов, минуя различных посредников, непосредственно в мозг либо аудитории, либо журналисту; внедрение специализированных чипов для приема рекламы, от которой можно будет «откупиться», внося какую-то абонентскую плату. Аналог такой системы можно найти уже в современном мире, например, на You-Tube.

И, конечно же будущее рекламы – это четкая персонализация и дешевизна этих технологий. Реклама будет супер-таргетированной и супер-направленной на потребителя.

В будущем не будет некачественных продуктов, все люди будут знать всю необходимую информацию о товарах. Либо эти некачественные продукты будут супер-завуалированными сверхмощными симуляторами.

Роман Масленников,
директор агентства «Взрывной PR»
www.instagram.com/prmaslennikov

Меня больше пугает, что ИИ будет осуществлять желания людей, которые заложат в алгоритм свои намерения, а они не всегда оказываются благими. ИИ будет нести всего лишь вспомогательную функцию.

Даже безобидное желание компании, например, «поднять стоимость инвестиционного портфеля», алгоритм ИИ может понять так: окей, увеличим стоимость акций компаний оборонно-промышленного комплекса и начнем войну!

Или ИИ может начать создавать фейковые новости и пресс-релизы, подделывая учетные записи пользователей, и таким образом манипулировать информацией.

Илон Маск,
Генеральный директор «SpaceX»
<https://twitter.com/elonmusk>

Благодарность

За создание этой книги я благодарен, в первую очередь, своей маме – Юлии Юрьевне, которая всегда верила в меня и подталкивала на безумные поступки в моей жизни. Благодаря ей я решился и переехал из провинциального города на Урале в Севастополь. Благодаря ее системе обучения и развития творческих способностей мне удалось найти свой путь в маркетинге и достичь успеха.

Также безмерно благодарю свою любимую девушку Ксению, которая в тяжелый момент жизни появилась и придала дополнительный смысл моему существованию и достижению целей. Она принимала непосредственное участие в создании этой книги – в роли главного редактора. Благодаря ей вы читаете эту книгу без орфографических ошибок и лингвистически запутанных формулировок, которые зачастую понятны только мне.

Особую благодарность выражаю людям, которые первыми прочитали эту книгу и написали свои рецензии. «Перечислить имена, рецензентов».

Предисловие

Наблюдая за развитием технологий с 2010 по 2019 годы в сфере искусственного интеллекта и виртуальной реальности, была замечена интересная тенденция по внедрению этих технологий в максимальное количество сфер жизнедеятельности человека.

Ещё 9 лет назад большинство из нас не могли представить рекламу бизнеса через «Алису», социальные сети, закупку рекламы у блоггеров, а не звёзд шоу-бизнеса, и слабо верилось, что автоматические чат-боты будут продавать нашу продукцию лучше, чем живые продавцы.

За эти 9 лет все больше людей стали пользоваться приложениями, отслеживающими здоровье, подсчитывающими семейный бюджет, напоминающими о важных встречах и срочных делах и рекомендующими «правильные» часы для зачатия ребенка. Нам помогают проснуться, правильно питаться, заниматься спортом, обучаться, отдыхать, работать. Количество электронных помощников растет в геометрической прогрессии, и это очевидно: люди всегда хотели облегчить себе жизнь, и первым шагом было изобретение колеса.

Голосовые помощники облегчают нам поиск в интернете и коммуникацию на разных языках. Наши истории поисковых запросов, посещения различных сайтов, скорость набора текста, просмотр кусочка текста в статье и прослушивание музыки влияет на то, какую рекламу мы будем видеть.

То, что я расскажу сейчас, возможно будет для кого-то откровением и шокирует до глубины души. Если вы стоите, то лучше присядьте. Facebook, а следовательно и Инстаграм, запрашивают разрешение на доступ к микрофону. И когда вы ему разрешаете, он буквально слушает, о чем вы говорите, и на основе услышанного будет предлагать вам рекламные посты. Заговорили об отдыхе на горнолыжном курорте – получайте рекламу аренды горнолыжного оборудования.

Наше поведение в реальной жизни влияет на то, какую рекламу мы будем видеть. Каждый смартфон, ноутбук, планшет собирает информацию о наших географических передвижениях, и на основе этих данных нейросети могут определить наш стиль жизни и предпочтения, что влияет на таргетинговые настройки и поисковую рекламу.

Нейросети собирают информацию, обрабатывают и обучаются на поведенческих моделях. Чем больше мы пользуемся интернетом, тем больше они знают о людях, процессе выбора продукта и принятия решения о покупке.

А что вы слышали о китайской Системе социального рейтинга? Так случилось, что более 70% покупок в Китае осуществляется через систему QR-кодов. От смартфонов зависит жизнь гражданина: даже паспорт, id-карта привязана к электронному устройству. И государство собирает данные о всех ваших передвижениях, покупках и действиях. Если у вас гастрит, о чем свидетельствует частое посещение фаст-фуда и данные приложения «Здоровье», а вы не решаете эту проблему, то социальный рейтинг упадет на 5%. Если вы переведете старушку через дорогу, вы получите бонусные баллы к карме (и это не просто художественный оборот), а если выругаетесь, стоя в очереди, приготовьтесь к урезанию своего социального рейтинга. Если вы общаетесь с гражданами низкого рейтинга, то ваш соответственно начнет падать. Таким обра-

зом, поведение и каждый поступок жителей имеет свою оценку и прямо отражается на личном рейтинге, который влияет на то, одобряют ли вам кредит, сделают ли скидку в магазине, и сможете ли вы получить визу или покинуть границы своего города. Фантастика? Нет, уже существующая реальность.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.