



ДАЙДЖЕСТ НОВОСТЕЙ МАРКЕТИНГА

ОКТЯБРЬ 2025

ИИ меняет ВСЕ.

Содержание:

1. ИИ становится основным инструментом в масс-маркете.
2. Чем ярче упаковка, тем сильнее и эффективнее средство?
3. Персональный гид – теперь OpenAI встраивается в Walmart.
4. Duolingo создают экосистему: анимэ и рекламную платформу в том числе.
5. Расширение партнёрства Oracle и NVIDIA: Новый этап для рынка маркетинга.
6. Теперь все пилоты в одной кабине: глобальное соединение сервисов через AI co-pilot.
7. Каждый видит свою рекламу. Теперь реально.
8. Подкасты – уже позапрошлогодний снег? Отнюдь. Просто они смешались с короткими видео.
9. Еще больше персонализации – музыка.
10. Кейс использования ИИ в маркетинге 2025: «Умные скидки» Wildberries.



1. ИИ становится основным инструментом в масс-маркете.

Искусственный интеллект кардинально меняет маркетинг, открывая новые горизонты для создания и продвижения брендов. С момента запуска ChatGPT от OpenAI прошло почти три года, и за это время AI перешел от экспериментального инструмента до неотъемлемой части маркетинговых стратегий ведущих компаний.

Сегодня AI выступает не просто помощником, а активным участником в разработке концепций, анализе данных и оптимизации процессов. Бренды, такие как Hello Products от Colgate-Palmolive, используют AI для быстрого поиска инсайтов из огромных массивов информации, что помогает выявлять скрытые потребности потребителей и адаптировать сообщения под разные аудитории. Это дает возможность не только ускорять работу, но и точнее нацеливаться на ключевые сегменты.

Агентства переформатируют свои процессы, используя AI для создания более эффективного креатива и углубленной аналитики. Например, FCB строит синтетические аудитории с помощью AI, что позволяет тестировать идеи быстрее и точнее, а Asxíom глобально внедряет AI-консоль для автоматизации рутинных задач — от написания пресс-релизов до создания визуального контента и проверки стратегий медиапланирования.

Однако, несмотря на технологический прогресс, маркетинг по-прежнему требует участия человека — интуиции, критического мышления и понимания культуры. Взаимодействие с потребителями становится более тонким: бренды стремятся сохранить живое общение, объединяя цифровые инновации с эмоциональной составляющей. Баланс между AI и человеческим фактором сегодня — ключ к успеху.



2. Чем ярче упаковка, тем сильнее и эффективнее средство?

Новое исследование психологов и маркетологов доказало, что яркость внешнего вида продукта напрямую влияет на восприятие его эффективности. Чем ярче и выразительнее продукт выглядит, тем более действенным и мощным он кажется покупателю.

Суть исследования заключалась в серии экспериментов с разными группами участников, которым показывали идентичные продукты с варьирующимся уровнем яркости упаковки и оформления. Респонденты оценивали эффективность каждого продукта по ряду параметров — качество, надёжность, быстрое действие, пользу. Результаты чётко показали систематическую зависимость: более яркие и контрастные дизайны вызвали более высокую оценку полезности и эффективности, даже если составляющие продукта были одинаковы.

Научное обоснование этого феномена связано с особенностями восприятия человеческого мозга. Яркие цвета и контрастные оттенки активируют зоны внимания и ассоциируются с энергией, силой и современностью. В маркетинговой психологии данный эффект называют "визуальным усилением ценности". Люди склонны приписывать более высокую функциональную значимость ярко оформленному товару, так как визуальный стимул создает подсознательный сигнал качества и инновационности.

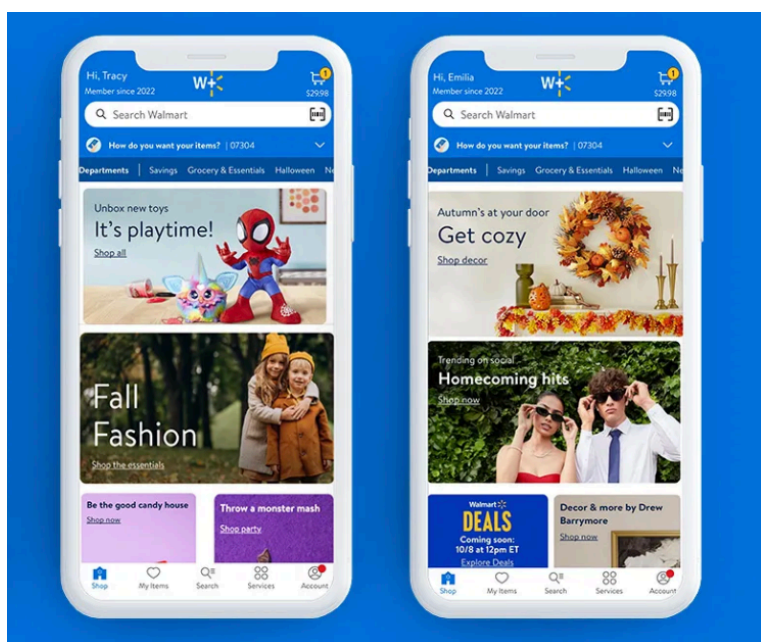
Для брендов и производителей это открытие означает необходимость усиленного внимания к визуальному дизайну — не просто создать красивую упаковку, а сделать продукт ярким инструментом коммуникации с потребителем, который не только привлекает взгляд, но и внушает доверие к эффективности продукта. Особенно актуально это для сегментов, где восприятие результативности критично — косметика, бытовая техника, спортивное питание.



3. Персональный гид – теперь OpenAI встраивается в Walmart.

Компания Walmart объявила о новом партнерстве с OpenAI: теперь делать покупки поможет чат-бот с искусственным интеллектом. Новая функция позволит участникам Sam's Club планировать питание и пополнять запасы необходимых товаров, а также находить новые, пишет TechCrunch. Новое соглашение с OpenAI позволит ретейлеру глубже изучать и прогнозировать потребности клиентов, что сделает онлайн-покупки более персонализированными. Партнерство стало продолжением недавнего объявления OpenAI о планах выйти на рынок электронной коммерции.

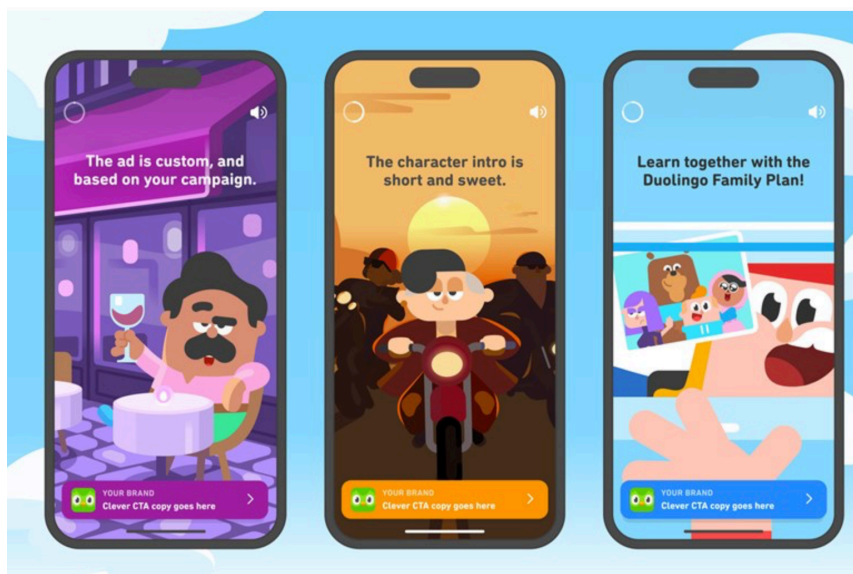
Ранее компания объединилась с продавцами Etsy и Shopify. Чтобы воспользоваться автоматической покупкой, нужно привязать свои аккаунты Walmart к ChatGPT, затем нажать кнопку «Купить» в приложении. Вместе с другими инвестициями в искусственный интеллект Walmart представила собственного помощника по покупкам на основе ИИ — Sparky. «Скоро появится нативный ИИ, который будет мультимедийным, персонализированным и контекстным. Мы движемся к этому более приятному и удобному будущему с помощью Sparky и партнерских отношений, включая этот важный шаг с OpenAI», — сказал генеральный директор Walmart Дуг Макмиллон.



4. Duolingo создают экосистему: анимэ и рекламную платформу в том числе.

Приложение для изучения иностранных языков Duolingo представило обновленную мобильную рекламную платформу Duolingo Ads. Новая платформа, по словам разработчиков, создана по принципу «радовать, а не раздражать». Она нацелена на помощь брендам в подключении к «сложной для охвата» аудитории поколения Z. В рекламные форматы платформы встроятся известные персонажи приложения (вроде на шумевшей в этом году совы Дуо). Среди доступных форматов — вознаграждаемые видео и нативные объявления. Они интегрируются в языковые уроки приложения, не прерывая их. «Реклама всегда была в центре нашей миссии. Наша миссия — создать лучшее в мире образовательное приложение и сделать его доступным для всех. Без рекламы все было бы платным.

Ценность рекламы и ее польза для пользователей очевидны», — прокомментировал руководитель отдела продаж рекламы в Duolingo Эндрю Генджоян. По данным компании, в ранних тестах платформа показала следующие результаты: уровень завершения просмотра вознаграждаемых видео достиг 96%, а показатель кликабельности превысил 3%. Ранее в этом приложении организовало вирусную кампанию, рамках которой сначала убило своего самого знаменитого маскота, а затем воскресило его и предоставило криминальную «хронику» этого дела.



5. Расширение партнёрства Oracle и NVIDIA: Новый этап для рынка маркетинга.

Совместная инициатива Oracle и NVIDIA, представленная на Oracle AI World, знаменует собой важный шаг вперёд в развитии корпоративного ИИ. Новые мощные вычислительные кластеры, интеграция AI-инструментов и упрощённый доступ к технологиям создают фундамент для масштабного внедрения ИИ в бизнес-процессы, оказывая значительное влияние на рынок маркетинга.

Влияние на маркетинг в цифровую эпоху

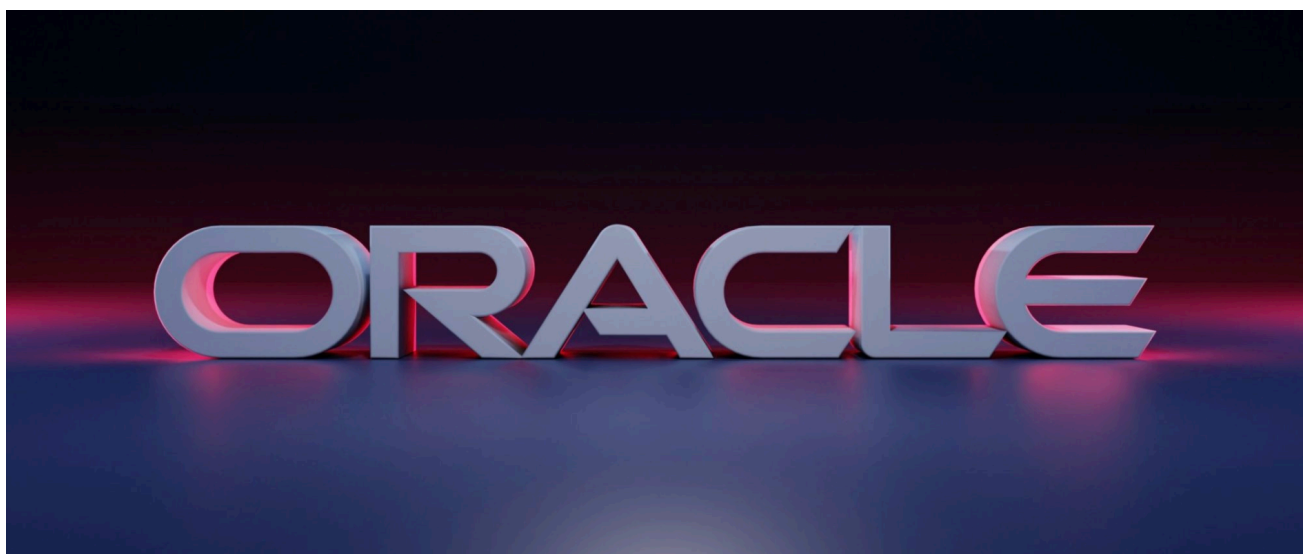
Ускоренная обработка данных и мощные возможности для обучения и инференса ИИ-моделей в рамках платформы OCI Zettascale10 с NVIDIA GPU открывают маркетологам новые горизонты. Это позволяет с легкостью анализировать огромные объёмы данных клиентов, создавать более точные таргетированные кампании и внедрять персонализацию в реальном времени. Платформа обеспечивает непрерывный поток инсайтов, который помогает быстро адаптировать маркетинговые стратегии под изменения на рынке и предпочтения аудитории.

Интеграция ИИ прямо в базы данных

Революционная концепция «ИИ для данных» в Oracle AI Database 26ai позволяет запускать агентные AI-рабочие процессы внутри базы данных, где хранятся все корпоративные данные. Для маркетинга это значит возможность работать с конфиденциальной информацией клиента без её передачи на внешние ресурсы — важный фактор доверия и безопасности. Такие инструменты упрощают создание моделей прогнозирования поведения клиентов, автоматизацию коммуникаций и сокращение времени вывода новых продуктов на рынок.

Безопасность и защита данных — ключевые преимущества

В маркетинге вопросы защиты персональных данных становятся критичными из-за ужесточения регуляторных требований и роста киберугроз. Внедрение квантово-устойчивых алгоритмов шифрования NIST-approved quantum-resistant algorithms в Oracle AI Database обеспечивает защиту данных “на вылет” и “в покое”.



6. Теперь все пилоты в одной кабине: глобальное соединение сервисов через AI co-pilot.

Компания OpenAI на DevDay 2025 представила новые возможности для пользователей и разработчиков ИИ:

- Пользователи ChatGPT теперь могут подключаться к приложениям прямо из чата, без необходимости переключаться между сервисами.
- Примеры: запросить видеоурок по машинному обучению на Coursera или посмотреть дома на продажу в Питтсбурге через Zillow и сразу задать вопросы по информации.

Доступные сервисы интеграции включают:

- Booking.com
- Canva
- Coursera
- Figma
- Expedia
- Spotify
- Zillow

В 2025 году добавятся ещё 11 приложений, включая Uber и Tripadvisor.

- Использование интеграций:
- Все зарегистрированные пользователи ChatGPT (кроме ЕС) смогут пользоваться ими бесплатно или по подписке.
- Для разработчиков выпущен AgentKit — набор инструментов для создания, развертывания и оптимизации ИИ-агентов.
- Включает удобный интерфейс Agent Builder.
- Инструменты для кастомизации чат-ботов ChatKit.
- Расширенные возможности тестирования и оценки моделей.
- Открывает новые перспективы для интеграции ИИ в различные продукты и сервисы.

Дополнительно появились:

- API для GPT-5 Pro.
- Новый генератор видео Sora 2.
- Обновлён Codex — ИИ-агент для программирования с интеграцией Slack и SDK для разработчиков.

Нововведения OpenAI упрощают доступ к ИИ и расширяют возможности для бизнеса:

- Интеграция приложений в ChatGPT позволяет автоматизировать получение данных и быстро анализировать информацию напрямую в чате, что ускоряет принятие решений.
- Подключение популярных сервисов (Coursera, Booking, Zillow и др.) помогает развивать обучение, продажи и клиентский сервис без лишних переключений.
- AgentKit даёт бизнесу гибкие инструменты для создания кастомных ИИ-агентов, которые могут автоматизировать поддержку, маркетинг, аналитику и другие процессы.
- Новый API GPT-5 Pro и Sora 2 открывают доступ к мощным ИИ-инструментам для улучшения продуктов, автоматизации контента и видео.
- Обновлённый Codex с интеграцией Slack упрощает разработку и поддержку ПО, ускоряя бизнес-процессы.



7. Каждый видит свою рекламу. Теперь реально.

Персонализированная реклама - запущена!

Прорыв, к которому мы не готовы....

Очень мощная новость про технологии из Британии. И, пожалуй, самый массовый кейс применения генеративного ИИ для создания рекламы. Крупнейший телевизионный вещатель ITV запустил ИИ для генерации рекламы прямо в ТВ-картинке. Такого прежде не было в ТВ-индустрии.

Представьте, как раньше покупали ТВ-рекламу. Согласования, долгие обсуждения условий, производство креатива... Это никогда не могли позволить себе мелкие и средние бизнесы.

Теперь у рекламодателей есть интерфейс на базе навороченной платформы magnite. В нём можно на базе сайта или соцсетей за секунды создать генеративный ролик. И одной кнопкой отправить его в эфир!



8. Подкасты – уже позапрошлогодний снег? Отнюдь. Просто они смешались с короткими видео.

Подкасты, ставшие в 2025 году практически повсеместным явлением, прошли длинный путь с момента появления формата в начале 2000-х годов. От первых экспериментов с технологией RSS и аудиоформатом MP3 и создания плееров iPod подкасты превратились в мощный медиа-инструмент с миллиардными рекламными оборотами. Важной вехой стал 2014 год и выход мегахита Serial, а к началу 2020-х аудиоформат прочно вошёл в повседневную жизнь миллионов слушателей по всему миру.

ИИ сыграл ключевую роль в эволюции подкастов, сделав контент не только более доступным и персонализированным, но и открыл новые форматы и каналы монетизации. Современные алгоритмы машинного обучения применяются для рекомендаций, автоматического транскрибирования и поиска по эпизодам, анализа аудитории и поведения пользователей.

Одним из ярких кейсов является интеграция видеоподкастов — формат, приобретший популярность благодаря ИИ-инструментам, которые позволяют обрабатывать видео и аудиодорожки, обеспечивать качественную синхронизацию и адаптивное воспроизведение на различных устройствах. Spotify, YouTube и другие платформы активно поддерживают видео-подкасты, что расширяет возможности маркетинга и монетизации через видеорекламу.

Рынок рекламы в подкастах в 2021 году превысил отметку в 1 млрд долларов и продолжает расти, при этом в 2024-2025 годах наблюдается усиление видео-форматов с добавлением визуальной рекламы.

Более 250 млн пользователей Spotify по всему миру смотрели видеоподкасты, что свидетельствует о высоком спросе на комбинированный формат.

Исследования показывают, что половина аудитории воспринимает любой контент в формате обсуждения на YouTube как подкаст, что расширяет границы жанра и увеличивает вовлечённость.

Главная задача индустрии — решить проблемы измерения эффективности рекламы в мультимедийных подкастах, где смешиваются аудио- и видеоформаты с разными метриками.

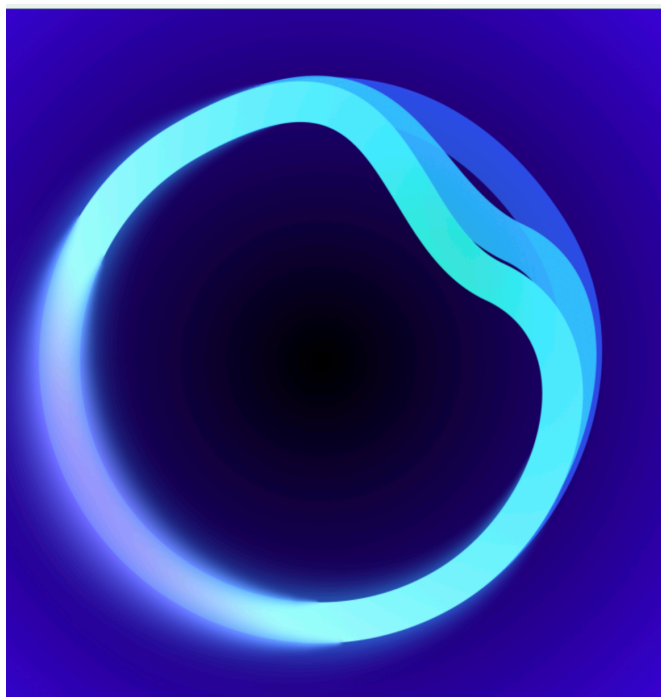


9. Еще больше персонализации – музыка.

Spotify недавно обновил свою функцию AI DJ для премиум-подписчиков, добавив возможность отправлять музыкальные запросы не только голосом, но и с помощью текста на английском и испанском языках. Теперь пользователи могут набирать свои пожелания к музыке—будь то жанр, настроение, исполнитель или активность—прямо в приложении, что особенно удобно в общественных местах или тихих обстановках, где озвучивать команды нежелательно.

Этот шаг отвечает современным трендам взаимодействия с искусственным интеллектом, где многоформатный ввод (голос, текст, изображения) становится нормой. Поддержка текстовых запросов облегчает доступ к функции для широкой аудитории и повышает вовлечённость, ведь пользователи могут более точно формулировать свои предпочтения. Функция уже доступна в более чем 60 странах.

Для маркетинга это важнейший феномен. Интерактивность с AI DJ открывает новые возможности персонализации музыкального опыта, что повышает лояльность пользователей и увеличивает время их взаимодействия со Spotify. Кроме того, мультязычная поддержка расширяет целевую аудиторию, включая крупные испаноязычные рынки, что важно для глобальных рекламодателей и брендов.



10. Кейс использования ИИ в маркетинге 2025: «Умные скидки» Wildberries.

В одном из самых ярких примеров применения ИИ в маркетинге в 2025 году российский онлайн-ритейлер Wildberries внедрил систему «умных скидок», которая основана на глубоком анализе поведения покупателей, предпочтений и истории покупок с помощью нейросетей. Алгоритмы ИИ автоматически определяют для каждого пользователя оптимальный момент и размер скидки, увеличивая вероятность покупки и одновременно сохраняя маржинальность.

Эта система позволила увеличить конверсию на 15% и средний чек на 10%, при этом общие издержки на маркетинг снизились за счёт более точечного и персонализированного подхода. Кроме того, ИИ-алгоритмы прогнозировали сезонные тренды и подстраивали предложения в режиме реального времени, что обеспечивало повышение лояльности клиентов и рост повторных покупок.

Wildberries использовали ИИ не только для ценообразования, но и для создания персональных рекомендаций, что улучшило ассортиментную навигацию и удержание пользователей. Внедрение таких технологий привело к масштабному росту маркетинговой эффективности и выделило компанию на фоне конкурентов.

Этот кейс демонстрирует, как грамотное применение искусственного интеллекта позволяет трансформировать традиционные маркетинговые стратегии, добиваться высокой персонализации и оптимизировать бюджет, что является ключевым трендом 2025 года в индустрии.

