

УДК 33**Искусственный интеллект для продаж: преимущества, варианты использования и риски****Александров Александр Дмитриевич**

Аспирант,
Среднерусский институт управления (филиал),
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ,
302028, Российская Федерация, Орел, ул. Октябрьская, 12;
e-mail: zim94@inbox.ru

Аннотация

Данная статья посвящена тому, что искусственный интеллект (ИИ) становится неотъемлемой частью современного бизнеса, а его применение в продажах открывает новые возможности для роста и оптимизации процессов. В статье рассматриваются основные преимущества использования ИИ в продажах, такие как повышение эффективности, улучшение персонализации и прогнозирование спроса. Также обсуждаются различные сценарии применения ИИ, включая чат-ботов, автоматизацию процессов и аналитику данных. Статья завершается рассмотрением потенциальных рисков и этических проблем, связанных с внедрением ИИ, а также возможных способов их минимизации. Восприятие ИИ как экзистенциальной угрозы, безусловно, будет серьезным препятствием на пути к формированию доверительных отношений между обществом и технологиями. Доверие здесь играет ключевую роль, ведь без него невозможно выстроить надёжные и безопасные взаимодействия между человеком и ИИ. В современном мире цифровой эры особое значение приобретают прозрачность алгоритмов и возможность ИИ объяснять принятые решения. Технологии, которые открыты для проверки и демонстрации своих возможностей, значительно облегчат процесс создания доверия.

Для цитирования в научных исследованиях

Александров А.Д. Искусственный интеллект для продаж: преимущества, варианты использования и риски // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 10А. С. 300-307.

Ключевые слова

Искусственный интеллект, управление, менеджмент, бизнес-процессы, риски.

Введение

Искусственный интеллект (ИИ) стремительно меняет привычные нам процессы в различных отраслях, и продажи не являются исключением. Современные компании все чаще используют ИИ, чтобы предлагать клиентам более точные рекомендации, улучшать взаимодействие с ними и автоматизировать рутинные задачи. Однако, несмотря на очевидные преимущества, такие как повышение эффективности и рост продаж, использование ИИ также вызывает ряд вопросов. Как технологии могут повлиять на человеческий фактор? Какие риски связаны с внедрением ИИ в продажи? И какие этические дилеммы это порождает? В этой статье мы рассмотрим, как ИИ уже сейчас меняет подходы к продажам и с какими вызовами сталкивается бизнес на этом пути.

Искусственный интеллект в продажах предоставляет персонализированные рекомендации, адаптированные под конкретные ситуации, сценарии продаж и аналитику, которая помогает во взаимодействии с клиентами. По данным McKinsey, порядка 30% всех задач в сфере продаж можно автоматизировать уже сегодня, используя существующие технологии, включая ИИ.

Продвинутые системы на базе ИИ анализируют звонки, вычленяют важные аналитические данные и позволяют строить на них стратегию общения, помогая завоевать доверие потенциальных клиентов. Это не просто автоматизация рутины: с помощью ИИ можно более точно оценивать лидов, сегментировать клиентов, отправлять индивидуальные предложения и даже предсказывать объёмы продаж. Иными словами, компании получают инструменты для принятия более обоснованных решений, освобождают своих сотрудников от рутинных задач и значительно увеличивают продуктивность.

Основное содержание

Быстрый рост использования чат-ботов и виртуальных помощников на базе ИИ кардинально изменил то, как бизнес взаимодействует с клиентами. Важно не просто принять этот тренд, но и выбрать инструменты, которые лучше всего подходят под ваши задачи. Например, Dialpad с его ИИ-коучем в реальном времени помогает продавцам моментально реагировать на изменения и даёт практические рекомендации. Это особенно полезно как для новичков, так и для опытных сотрудников, которые хотят совершенствовать свои навыки.

Сегодня ИИ способен не только автоматизировать рутинные задачи, такие как поиск клиентов или рассылка предложений, но и анализировать огромные массивы данных. Он может следить за активностью ваших конкурентов в режиме реального времени на тысячах онлайн-источников и предоставлять точную картину их присутствия на рынке.

Его основная цель — ускорить создание контента для самых разных маркетинговых задач, будь то кампании, рассылки, информационные бюллетени и многое другое. Exceed AI предлагает широкий спектр функций, решающих конкретные проблемы email-маркетологов, предлагая новаторские решения для улучшения коммуникации и взаимодействия. Главная особенность этой платформы — использование разговорного ИИ, который радикально меняет процесс работы с лидами. С его помощью компании могут автоматизировать захват, вовлечение, квалификацию и организацию встреч с потенциальными клиентами в большом масштабе.

Этот подход плавно объединяет несколько каналов — электронную почту, чаты и SMS — обеспечивая, что каждый лид получает должное внимание и ни один не упускается из виду.

Независимо от того, работает ли ваш бизнес в сфере B2C или B2B, организуете ли вы личные встречи или занимаетесь внутренними продажами, мир продаж стремительно меняется под влиянием искусственного интеллекта. Чтобы начать использовать ИИ в продажах, вам не нужно сразу внедрять сложные системы — можно начинать с малого. Главное — четко понимать, какие цели вы хотите достичь, чтобы ИИ мог предложить наиболее оптимальные действия на основе собранных данных и потребностей вашей компании.

Инструменты вроде Dialpad Ai помогают менеджерам анализировать звонки, выявлять настроение клиента и подбирать момент для предложения дополнительных продуктов. Одной из часто встречающихся проблем, снижающих эффективность продаж, является поиск подходящего момента для первого звонка. И здесь ИИ также может помочь, предлагая прогнозы, которые делают процесс взаимодействия более точным и эффективным.

Кроме того, искусственный интеллект может помочь более точно оценивать и прогнозировать доход, устраняя операционные препятствия и оптимизируя управление запасами и ресурсами. А увеличение объема продаж — это, как известно, самый быстрый и выгодный способ увеличить доход компании. При этом важно учитывать и устранять возможные предвзятости в данных и алгоритмах, чтобы избежать дискриминации или нечестных практик.

Основная задача искусственного интеллекта в продажах — это не только повышение эффективности работы, но и сокращение затрат. Представьте, что ИИ буквально в одно мгновение фильтрует массу данных о потенциальных клиентах — анализируя их отрасль, должности, демографию, социальные связи и рыночные тренды — и сразу выделяет тех, кто с наибольшей вероятностью сделает покупку. Это значительно увеличивает ваши шансы на успешную конверсию. Более того, ИИ не просто выбирает лучших лидов, но и непрерывно собирает данные, чтобы улучшать свои прогнозы и предлагать более точные рекомендации.

Также важной задачей является обучение и мониторинг команды продаж, что может быть достаточно затратным и трудоемким процессом. Искусственный интеллект значительно упрощает этот аспект, помогая выявлять закономерности в поведении лидов, сортировать их по приоритету и выявлять тех, у кого самые высокие шансы на конверсию. Его способность анализировать большие объёмы информации позволяет не только точно прогнозировать продажи, но и давать ключевые метрики для оценки работы отдела продаж. Всё это способствует постоянной оптимизации стратегий взаимодействия с клиентами.

Рита Мелконян, занимающаяся контент-маркетингом в Mixmax, имеет более восьми лет опыта работы в сфере SaaS и технологий автоматизации, и, по её словам, за последние несколько лет произошли кардинальные изменения в том, как компании используют технологии в продажах. Этот процесс цифровой трансформации особенно ускорился в последние три года. И именно ИИ стал необходимым инструментом для успешной адаптации бизнеса к новым условиям.

Методы и методология исследования Основные методы, используемые в статье, основаны на междисциплинарном, диалектическом, аксиологическом подходах, принципах целостности, историзма. В основе исследования лежит гуманитаристский подход, направленный на формирование мировоззрения человека, осознание места личности в мире. Через концепт гуманизма обеспечивается передача общественных ценностей, духовного богатства и истории прошлых поколений [Попов, 2019, с. 422].

Исследования, проведённые Salesforce, подтверждают, что искусственный интеллект сегодня стал гораздо более востребованным в сфере продаж, чем это было всего несколько лет

назад. По данным Forrester, к 2025 году рынок платформ на основе ИИ вырастет до 37 миллиардов долларов. Современные генеративные технологии ИИ, которые активно внедряются в продажах, делают то, что ещё недавно казалось невозможным. То, о чём прогнозировала Дана, становится реальностью для современных отделов продаж.

Определить правильную цену для каждого клиента — задача не из легких, но с внедрением ИИ этот процесс становится значительно проще. Искусственный интеллект анализирует данные о прошлых сделках, выявляя закономерности и предлагая оптимальную цену для каждого конкретного предложения, облегчая работу продавцу. Современные системы динамического ценообразования, использующие машинное обучение, собирают информацию о конкурентных предложениях и могут предложить цену, учитывающую как рынок, так и предпочтения самого клиента.

Например, с помощью Trender.ai любой специалист по продажам может автоматизировать поиск лучших потенциальных клиентов в социальных сетях, просто указав идеальный профиль клиента (ICP). Это экономит время и силы, позволяя сосредоточиться на заключении сделок. Кроме того, ИИ способен улучшить взаимодействие с клиентами, что напрямую сказывается на их удовлетворенности. А как известно, довольные клиенты склонны тратить больше, что, в свою очередь, положительно влияет на прибыль компании.

Использование ИИ может оптимизировать рабочие процессы двумя ключевыми способами: анализировать данные и предоставлять ценные инсайты. Если говорить о том, какие сферы компании получают наибольшую выгоду от ИИ, маркетинг явно на первом месте. Важно понимать, что маркетинг не только отвечает за анализ потребностей клиентов, но и за то, чтобы донести правильные продукты или услуги до нужной аудитории и убедить её в необходимости покупки. И именно здесь ИИ способен кардинально улучшить результативность. Не случайно аналитики McKinsey в 2018 году провели исследование, показавшее, что именно управление получает наибольшие выгоды от применения ИИ.

Прежде чем погружаться в детали использования ИИ для повышения прибыли в отделах продаж, важно понять базовые принципы его работы. Представьте себе продавца с бесконечным потоком квалифицированных лидов, которому нужно постоянно решать, на что потратить свое время, чтобы закрыть сделки и выполнить план. Часто эти решения принимаются на основе интуиции или неполных данных. ИИ способен устранить этот элемент неопределенности, предоставляя обоснованные и точные рекомендации.

ИИ не просто помогает с повседневными задачами — в сочетании с продуманной стратегией он способен повысить эффективность, продуктивность и общий успех продаж. Высоко оптимизированные процессы, поддерживаемые ИИ и машинным обучением, уже стали реальностью, а не просто смелой мечтой.

Кроме того, искусственный интеллект обладает способностью анализировать колоссальные объемы данных, такие как исторические показатели продаж, поведение клиентов, рыночные тренды и внешние факторы, что позволяет ему с удивительной точностью прогнозировать будущее. Это помогает компаниям принимать более взвешенные решения, эффективнее управлять запасами и планировать свою стратегию. Инструменты ИИ для прогнозирования продаж используют машинное обучение для анализа прошлых данных о продажах и поведении клиентов, а также тенденций на рынке. Они способны выстраивать прогнозы, опираясь не на догадки или ограниченные данные, а на глубокий анализ огромных массивов информации.

На современном, быстро меняющемся рынке ключевую роль играет персонализированный опыт взаимодействия с клиентами. Благодаря возможностям искусственного интеллекта,

компаниям могут предоставлять своим клиентам рекомендации и контент, основанные на данных о предпочтениях и поведении. ИИ, используя алгоритмы машинного обучения, анализирует огромные объемы информации, что позволяет предлагать наиболее подходящие решения каждому отдельному клиенту. В результате компании могут лучше удерживать клиентов и увеличивать свои продажи, автоматизируя и оптимизируя ключевые аспекты своего бизнеса.

Поддержка продаж — это обеспечение ваших сотрудников необходимыми инструментами и ресурсами для того, чтобы они могли заключать больше сделок. Здесь важно выбрать правильные технологии и решения в зависимости от задач, которые вы хотите решить. Например, ИИ уже стал незаменимым помощником в таких процессах, как генерация лидов и удержание клиентов. Программы на основе ИИ могут даже рекомендовать оптимальные ставки скидок для повышения вероятности успешного заключения сделки, что значительно упрощает принятие решений.

С развитием ИИ началась новая эпоха в сфере стратегических продаж и взаимодействия с клиентами. Искусственный интеллект не просто улучшает работу продавцов, он меняет саму природу процессов продаж, делая их более точными и эффективными. Хотя внедрение таких технологий в продажах вызвало настоящую революцию, это лишь начало более глубоких изменений, которые нас ожидают в ближайшем будущем.

Но несмотря на все плюсы, рост искусственного интеллекта вызывает определённые опасения. Многие эксперты и лидеры в сфере технологий открыто высказывают свои опасения по поводу долгосрочных рисков ИИ. Страхи варьируются от опасений по поводу технологической безработицы до опасностей неконтролируемого использования новых технологий. Одним из наиболее обсуждаемых вопросов стало регулирование ИИ. Адвокат и правовед Шерер, который специализируется на изучении законодательства в этой области, отмечает, что подобные тревоги неудивительны — страх перед технологиями всегда сопутствует их развитию. Однако уникальность ситуации с ИИ в том, что сами технологические лидеры первыми поднимают вопросы об этике и рисках.

Одна из главных проблем, связанных с искусственным интеллектом, заключается в его автономности. Чем больше системам ИИ предоставляется свободы в принятии решений, тем сложнее становится поддерживать контроль над их действиями. Шерер подчёркивает, что существуют несколько сценариев, при которых контроль над ИИ может быть утрачен: от технических неисправностей до кибератак и некорректного программирования. Наиболее тревожным является то, что потеря контроля может быть результатом вполне осознанного, хотя и непреднамеренного выбора при проектировании системы. Это особенно важно, поскольку системы ИИ часто разрабатываются с возможностью учиться и адаптироваться, что делает восстановление контроля сложной задачей.

В краткосрочном периоде можно выделить следующие риски использования в экономике технологий искусственного интеллекта

К рискам ИИ можно отнести: риски деформации существующего рынка труда и усиления неравенства в доходах между странами, отраслями, регионами, риски концентрации рынков искусственного интеллекта, риски безопасности фирм и создания ложной информации, риски переоценённости ИИ

Вопросы автономности и контроля над ИИ остаются одними из самых сложных, требующих осмысленных решений, особенно в условиях постоянного технологического прогресса.

Шерер полагает, что уникальные характеристики ИИ делают его потенциально более серьёзным источником общественных рисков по сравнению с теми, что возникают

исключительно в результате человеческой деятельности. Однако, несмотря на эти сложности, он уверен, что юридические механизмы вполне могут быть адаптированы таким образом, чтобы минимизировать опасности, исходящие от ИИ, не тормозя при этом инновации.

Заключение

Создание искусственного интеллекта знаменует собой наступление новой эры развития человечества. На основе технических достижений его внедрение в социальное пространство всё более усиливается и оказывает влияние на многие сферы человеческой жизнедеятельности – от производства до коммуникации. Создание искусственного интеллекта знаменует собой наступление новой эры развития человечества. На основе технических достижений его внедрение в социальное пространство всё более усиливается и оказывает влияние на многие сферы человеческой жизнедеятельности – от производства до коммуникации.

Восприятие ИИ как экзистенциальной угрозы, безусловно, будет серьёзным препятствием на пути к формированию доверительных отношений между обществом и технологиями. Доверие здесь играет ключевую роль, ведь без него невозможно выстроить надёжные и безопасные взаимодействия между человеком и ИИ. В современном мире цифровой эры особое значение приобретают прозрачность алгоритмов и возможность ИИ объяснять принятые решения. Технологии, которые открыты для проверки и демонстрации своих возможностей, значительно облегчат процесс создания доверия.

Важно понимать, что доверие не статично — это постоянный процесс, включающий его укрепление через последовательные взаимодействия. Оно будет зависеть как от надёжности и безопасности ИИ, так и от того, насколько легко и безопасно людям будет работать с этими технологиями. Инструменты ИИ, которые могут чётко объяснить логику своих действий, поддерживать конфиденциальность данных и эффективно сотрудничать с пользователями, будут способствовать долгосрочному укреплению этого доверия.

Вместе с тем, существует множество опасений, связанных с ИИ, от возможного вытеснения людей с рабочих мест до угрозы, которую ИИ может представлять для самого существования человечества. Поэтому чрезвычайно важно признать, что создание доверительных отношений между человеком и ИИ требует времени, и как в любых отношениях, разрушить доверие можно быстро, но восстановить его будет гораздо сложнее и дольше. Именно в этом контексте многие учёные и эксперты настаивают на том, что необходимо продолжить исследования возможных рисков ИИ до того, как последствия станут необратимыми.

Библиография

1. Дубровская, О.С. Применение искусственного интеллекта в управленческой сфере / - Москва: Политехника, 2018. - 180 с.
2. Зайцев, В.М. Современные технологии в управлении: теория и практика - М.: Издательство "Блокчейн", 2022. - 284 с.
3. Иванова, А.Н. "Искусственный интеллект в стратегическом управлении: тенденции и перспективы." - Издательство "Управление XXI век", 2020. - 215 с.
4. Ковалев, С.П. Искусственный интеллект в медицине: применение и перспективы / - Новосибирск: Сибирский университет, 2020. - 204 с.
5. Никитин, В.Д. "Этические аспекты использования искусственного интеллекта в менеджменте." - Киев: Инновации и Управление, 2019. - 203 с.
6. Петрова, М.С. "Развитие стратегий внедрения ИИ в управлении бизнес-процессами." - Издательство "ТехноБизнес", 2017. - 175 с.

7. Попов, Е.И. Машинное обучение и прогнозирование в менеджменте. - М.: КноРус, 2019. - 169 с.
8. Резаев А. В., Трегубова Н. Д. «Искусственный интеллект», «онлайн-культура», «искусственная социальность»: определение понятий // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2019. – № 6(154). – С. 35–47. <https://doi.org/10.14515/47monitoring.2019.6.03>. – EDN: DEAUGI.
9. Тьюринг А. Могут ли машины мыслить?: с приложением статьи Дж. фон Неймана «Общая и логическая теория автоматов» / пер. с англ. Ю. А. Данилова. – М.: ГИФМЛ, 2022. – 67 с.
10. Ульянов, А.В. Этика искусственного интеллекта: вызовы и ответы - СПб.: Издательство СПбГУ, 2020. - 211 с.

Artificial Intelligence for Sales: Advantages, Use Cases, and Risks

Aleksandr D. Aleksandrov

Postgraduate Student,
Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPA,
302028, 12, Oktyabrskaya str., Orel, Russian Federation;
e-mail: zim94@inbox.ru

Abstract

This article focuses on how artificial intelligence (AI) is becoming an integral part of modern business, and its application in sales opens up new opportunities for growth and process optimization. The article discusses the main advantages of using AI in sales, such as increased efficiency, improved personalization, and demand forecasting. Various use cases of AI are also explored, including chatbots, process automation, and data analytics. The article concludes with an examination of potential risks and ethical issues associated with AI implementation, as well as possible ways to mitigate them. The perception of AI as an existential threat will undoubtedly be a significant obstacle to building trust between society and technology. Trust plays a key role here, as without it, it is impossible to establish reliable and secure interactions between humans and AI. In the modern digital era, transparency of algorithms and the ability of AI to explain its decisions are of particular importance. Technologies that are open to verification and demonstration of their capabilities will significantly facilitate the process of building trust.

For citation

Aleksandrov A.D. (2024) *Iskusstvennyy intellekt dlya prodazh: preimushchestva, varianty ispolzovaniya i riski* [Artificial Intelligence for Sales: Advantages, Use Cases, and Risks]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 14 (10A), pp. 300-307.

Keywords

Artificial intelligence, management, business processes, risks.

References

1. Dubrovskaya, O.S. (2018). *Primenenie iskusstvennogo intellekta v upravlencheskoi sfere* [Application of artificial intelligence in management]. Moscow: Politekhnik.
2. Zaitsev, V.M. (2022). *Sovremennye tekhnologii v upravlenii: teoriya i praktika* [Modern technologies in management: theory and practice]. Moscow: Izdatel'stvo "Blockchain".
3. Ivanova, A.N. (2020). *Iskusstvennyi intellekt v strategicheskoy upravlenii: tendentsii i perspektivy* [Artificial

-
- intelligence in strategic management: trends and prospects]. Izdatel'stvo "Upravlenie XXI vek".
4. Kovalev, S.P. (2020). *Iskusstvennyi intellekt v meditsine: primeneniye i perspektivy* [Artificial intelligence in medicine: application and prospects]. Novosibirsk: Sibirskii universitet.
 5. Nikitin, V.D. (2019). *Eticheskie aspekty ispol'zovaniya iskusstvennogo intellekta v menedzhmente* [Ethical aspects of using artificial intelligence in management]. Kyiv: Innovatsii i Upravlenie.
 6. Petrova, M.S. (2017). *Razvitiye strategii vnedreniya II v upravlenii biznes-protsessami* [Development of strategies for implementing AI in business process management]. Izdatel'stvo "TekhnoBiznes".
 7. Popov, E.I. (2019). *Mashinnoye obucheniye i prognozirovaniye v menedzhmente* [Machine learning and forecasting in management]. Moscow: Knorus.
 8. Rezaev, A.V., & Tregubova, N.D. (2019). "Iskusstvennyi intellekt", "onlain-kul'tura", "iskusstvennaya sotsialnost": opredeleniye poniatii ["Artificial intelligence", "online culture", "artificial sociality": definition of concepts]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsialnye peremeny*, 6(154), 35–47. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.6.03>
 9. Turing, A. (2022). *Mogut li mashiny myslit'?: s prilozheniem stat'i Dzh. fon Neimana «Obshchaya i logicheskaya teoriya avto-matov»* [Can machines think?: with the addition of John von Neumann's article "General and logical theory of automata"] (Y.A. Danilov, Trans.). Moscow: GIFML.
 10. Ulyanov, A.V. (2020). *Etika iskusstvennogo intellekta: vyzovy i otvety* [Ethics of artificial intelligence: challenges and responses]. St. Petersburg: Izdatel'stvo SPbGU.