

СМИ: Men Today (www.mentoday.ru)

- Как бизнес использует нейросети
- 5 кейсов, как бизнес использует искусственный интеллект в маркетинге

Бум нейросетей стал одной из самых громких новостей этого года. Эксперты спорят о том, несет ли искусственный интеллект в себе угрозу и как быстро он должен развиваться дальше. В это время большие компании уже вовсю экспериментируют с генеративными моделями в бизнесе и маркетинге. Собрали все самые интересные кейсы сотрудничества брендов и нейросетей.

DALL-E нарисовал обложку для известного журнала

Одним из самых громких кейсов стал выход печатного издания [Cosmopolitan](#) с обложкой, сгенерированной в DALL-E. Редакторы журнала, эксперты из OpenAI и цифровой художник Карен Икс в течение сотни часов тестировали технологию на огромном количестве запросов, например: «женщина в серьгах, которая является порталом в другую вселенную», «модница крупным планом в стиле фильмов режиссера Уэса Андерсона» и «рука молодой женщины с лаком на ногтях, держащая коктейль Cosmopolitan». Сотрудникам пришлось переработать тысячи вариантов, а также постоянно улучшать описание запросов и добавлять новые детали, чтобы добиться идеальной обложки. В итоге удачнее всего сработал запрос «широкоугольный снимок с нижнего ракурса женщины-астронавта со спортивным телосложением, самодовольно идущей к камере на Марсе в бесконечной Вселенной в стиле цифрового искусства».

Нейросети презентовали новый энергетический напиток

Недавно лидер пивного рынка в России AB InBev Efes запустила в продажу линейку энергетиков [Volt Energy](#) сразу в четырех вкусах: оригинальный с фруктовыми нотами, тропический апельсин-маракуйя, ягодный голубика-гранат и освежающий манго-лайм). А помощниками в ее презентации стали нейросети. Бренд вышел на первое знакомство с журналистами и блогерами с подарочным набором, куда помимо продукции также вошел мерч. Принт для него был вдохновлен креативной концепцией Volt Energy и сгенерирован искусственным интеллектом. Нейросети удалось попасть в ДНК бренда, в основе которого лежит микс взрывной энергии, креатива и технологичности. Вишенкой на торте стал пресс-релиз, написанный при помощи ChatGPT. Ах да, не обошлось и без 3D технологий на медиа-кубе в Москва-Сити – там гигантская рука киборга, который явно нуждается в подзарядке мозга, тянется за энергетиком.

Чат-бот придумал рецепты и меню для заведений

Необычный кейс использования [ChatGPT реализовали в Додо Пицца](#). Шеф-повар нового ресторана сети в Дубае попросил чат-бот подсказать рецепт пиццы для клиентов из Арабских Эмиратов. Нейросеть предложила добавить на тонкое тесто кефте из баранины, сыр фета, заатар и заправить соусом из тахини и сумаха. Пиццамейкеры прислушались к советам, но заменили баранину на курицу с лаймом, паприкой и другими специями, объясняя тем, что это более популярный ингредиент, а баранину очень трудно найти. Так, меню дубайского заведения пополнилось новым рецептом.

Тренд подхватила и сеть «Много лосося», которая ко Дню всех влюбленных представила сет роллов [«Любовные поедания»](#), придуманный искусственным интеллектом. А сеть лаунж-баров [TIMELESS](#) пошла еще дальше и выпустила полноценное меню, полностью сгенерированное нейросетями. Концепцию, состав и описание разработал ChatGPT, а Midjourney поработала над дизайном.

ChatGPT и Midjourney ведут соцсети

Российская сеть косметики и парфюмерии [«Л'Этуаль»](#) решила не оставаться в стороне и в честь «Киберпонедельника» отдала свои социальные сети в руки искусственного интеллекта на целую неделю. В рамках нейробьюти эксперимента ИИ показал, как его глазами выглядят различные бренды, состав продукции, варианты упаковки и красота в целом.

Производитель йогуртов [Epica](#) провел похожий эксперимент — в течение месяца все посты и сториз в соцсетях бренда создавались при помощи Midjourney и DALL-E, а музыкальное сопровождение к ним сгенерировали алгоритмы Mubert. Так, под каждым изображением публиковалась уникальная мелодия, которая лучше всего подходит по настроению к визуалу. Эксперимент получился удачным и Epica до сих пор продолжает вести соцсети с помощью ИИ.

ИИ совершает революцию в сфере ритейла

Известный по всему миру производитель джинсов [Levi's](#) заключил партнерство со стартапом Lalaland.ai, который создает человеческие аватары при помощи искусственного интеллекта. Теперь выбирая джинсы на сайте бренда, покупатели могут создать свою цифровую копию с идентичными параметрами и примерить на нее одежду. Технология призвана увеличить продажи бренда, так как людям больше не придется мерить джинсы в магазинах — достаточно нескольких минут за ноутбуком. Эксперты ожидают, что такой подход изменит весь e-commerce, и другие магазины тоже скоро начнут продавать одежду по такому методу.

Искусственный интеллект помогает в рассылках и генерации креатива

Издательство «МИФ» активно пользуется нейросетями в своих email-рассылках и публикациях. Благодаря искусственному интеллекту маркетологи издательства экономят время на подготовке текстов, создают иллюстрации и придумывают интересные тесты для своей аудитории. Например, при помощи ChatGPT издательство поделилось советами, как правильно читать книги и сгенерировало тест, угадывающий, как вы заработали свои первые деньги, а в рамках проекта «Космос» чат-бот помог определить, к какому из 6 типов существ в МИФическом пантеоне-полузодиаке вы принадлежите. Также [издательство экспериментирует и с Midjourney](#), который своими глазами нарисовал образы книжных блогеров и авторов вместе с книгами издательства.