

Секция «1.1 Цифровая трансформация и искусственный интеллект в государственном администрировании 3.0: от автоматизации к принятию интеллектуальных решений»

**Искусственный интеллект в маркетинге банковских экосистем: от персонализации к интеллектуализации**

**Научный руководитель – Мхитарян Сергей Владимирович**

**Ставрицкий Александр Васильевич**

*Аспирант*

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Факультет маркетинга,  
Москва, Россия

*E-mail: stavritskiiav@mail.ru*

Банковские экосистемы претерпевают трансформацию от традиционных финансовых институтов к многоуровневым платформам, интегрирующим маркетинг, клиентский сервис и аналитику на основе искусственного интеллекта (ИИ). В условиях цифровизации государственного администрирования актуализируется вопрос выбора стратегического направления развития ИИ-систем в банковском маркетинге: персонализация, ориентированная на адаптацию предложений под индивидуальные предпочтения клиентов, или интеллектуализация, предполагающая автономное принятие решений агентными системами ИИ[1][2].

Целью данного исследования является анализ трансформации маркетинговых технологий в банковских экосистемах под влиянием ИИ и определение баланса между персонализацией и интеллектуализацией как факторов конкурентоспособности.

**Теоретические основы применения ИИ в банковских экосистемах**

Банковские экосистемы представляют собой интегрированные платформы, объединяющие финансовые услуги, маркетинг, аналитику данных и сторонние сервисы в единую цифровую среду[3]. В отличие от традиционного банкинга, экосистемный подход позволяет банкам использовать синергию между различными направлениями для повышения клиентской ценности и монетизации данных.

Искусственный интеллект в маркетинге банковских экосистем базируется на трех основных технологиях: машинное обучение (ML) для анализа больших данных и прогнозирования поведения клиентов; обработка естественного языка (NLP) для взаимодействия через чат-боты и анализа отзывов; предиктивная аналитика для сегментации аудитории и предотвращения оттока клиентов[4][5].

Персонализация в банковском маркетинге реализуется через рекомендательные системы, анализирующие транзакционные данные, поведенческие паттерны и контекстуальную информацию для формирования индивидуальных предложений[6]. Например, в российских банках ИИ анализирует историю расходов для персонализации кешбэк-программ и кредитных лимитов, что повышает конверсию на 15–20%[7].

Интеллектуализация представляет качественно новый уровень автоматизации, где агентные системы ИИ (agentic AI) способны автономно принимать решения, вести переговоры с клиентами и координировать сложные маркетинговые кампании без человеческого вмешательства[8][9]. По прогнозам Finastra, к концу 2026 года агентный ИИ обеспечит рост операционной эффективности банков на 20%, а банки, активно использующие ИИ-агентов, получат на 15% больше рыночной доли[8].

**Практические аспекты внедрения ИИ в маркетинг банковских экосистем**

В российской практике применение ИИ в банковском маркетинге активно развивается с 2023 года. Согласно консультационной записке Банка России, к 2025 году более 70%

крупных банков внедрили ИИ-решения в маркетинговые процессы, при этом основной фокус сместился с простой автоматизации на гиперперсонализацию[10].

Альфа-Банк использует ML-алгоритмы для анализа 15 000 параметров клиентских данных, что позволяет формировать персонализированные предложения по кешбэку, ставкам по вкладам и инвестиционным продуктам[7]. Сбербанк развивает экосистему из сотен ИИ-агентов, управляющих жизненным циклом клиента от онбординга до кросс-продаж[11].

В глобальной практике наблюдается переход от персонализации к интеллектуализации. Backbase отмечает, что ведущие банки уже используют более 100 алгоритмов ML и ИИ для анализа клиентских данных и генерации автоматических рекомендаций, что расширяет охват менеджеров по работе с клиентами и обеспечивает персонализацию на уровне «сегмента из одного»[12].

Oracle прогнозирует, что 2026 год станет переломным для банковской индустрии: банки перейдут от пилотных проектов к масштабному внедрению автономных ИИ-агентов, которые будут трансформировать взаимодействие с клиентами, принятие решений и операционные процессы[9]. Агентные системы смогут проактивно управлять финансами клиентов, предоставлять персонализированные консультации и автоматизировать сложные задачи, такие как хеджирование валютных рисков для корпоративных клиентов[9].

Эффективность ИИ-технологий подтверждается исследованиями. По данным Forrester (2023), предиктивная аналитика на базе ИИ увеличивает доходы банков на 6–8%[13]. Согласно Salesforce (2023), 84% маркетологов отмечают получение конкурентных преимуществ от внедрения ИИ[14]. McKinsey (2020) указывает, что персонализация маркетинговых коммуникаций повышает конверсию на 10–30%[15].

### **Персонализация vs интеллектуализация: сравнительный анализ**

Персонализация и интеллектуализация представляют два взаимодополняющих, но концептуально различных подхода к применению ИИ в банковском маркетинге.

#### **Аспект**

#### **Персонализация**

#### **Интеллектуализация**

Основные технологии

Рекомендательные системы, ML-алгоритмы для сегментации

Агентные системы ИИ, генеративный ИИ, автономное принятие решений

Степень автономности

Требует контроля человека-маркетолога

Автономные решения с минимальным вмешательством

Преимущества

Таргетированные предложения (+15–20% конверсия), повышение лояльности клиентов

Операционная эффективность (+20%), масштабируемость, снижение затрат на 30–50%

Риски

Зависимость от качества данных, вопросы privacy и этики

Эффект «черного ящика», сложность регулирования, потеря человеческого контроля

Примеры применения

Персональный кешбэк, индивидуальные ставки, NBA (next-best-action)

Автономные чат-боты, автоматизация email-кампаний, управление жизненным циклом клиента

Table 1: Сравнение подходов персонализации и интеллектуализации в банковском маркетинге

Персонализация обеспечивает более глубокое понимание потребностей клиентов и создание релевантных предложений, однако требует значительных ресурсов на сбор и обработку данных. Интеллектуализация позволяет достичь беспрецедентной операционной

эффективности и масштабируемости, но создает риски, связанные с непрозрачностью принятия решений и этическими вопросами[10][16].

Современная практика демонстрирует тенденцию к гибриднему подходу: персонализация используется для формирования клиентского опыта и укрепления доверия, тогда как интеллектуализация оптимизирует внутренние процессы и операционную эффективность[17]. Lloyds Banking Group выделяет пять стратегических направлений применения агентного ИИ, первым из которых является трансформация взаимодействия с клиентами через интеллектуальных агентов, понимающих финансовую ситуацию клиента и предоставляющих контекстуальные рекомендации[18].

### **Заключение**

Исследование показывает, что трансформация маркетинга банковских экосистем под влиянием ИИ характеризуется переходом от персонализации к интеллектуализации. Персонализация остается важным фактором повышения клиентской лояльности и конверсии, однако интеллектуализация через агентные системы ИИ становится ключевым драйвером конкурентоспособности, обеспечивая масштабируемость, операционную эффективность и проактивность взаимодействия.

Для российских банков рекомендуется развивать гибридный подход, сочетающий персонализацию клиентского опыта с интеллектуализацией внутренних процессов, при соблюдении регуляторных требований Банка России в области применения ИИ на финансовом рынке. Перспективным направлением является разработка национальных стандартов этичного применения агентного ИИ в банковских экосистемах, что позволит сбалансировать технологические возможности с защитой прав потребителей и финансовой стабильностью.

### **Источники и литература**

- 1) анк России. (2023). Современные возможности искусственного интеллекта в маркетинге банковских услуг. URL: <https://library.cbr.ru/catalog/lib/article/1019629/>
- 2) Как банки используют ИИ-технологии в 2024 году // Big Data Beeline. 2024. URL: <https://bigdata.beeline.ru/blog/articles/iiskusstvennyj-intellekt-banki>
- 3) Искусственный интеллект в банках России: внедрение ИИ и перспективы развития // Appliner. 2026. URL: <https://appliner.pro/2026/01/20/iskusstvennyy-intellekt-v-bankakh/>
- 4) Ma, L., Sun, B. (2020). Machine Learning and AI in Marketing – Connecting Computing Power to Human Insights. Robert H. Smith School of Business, University of Maryland.
- 5) Verma, A., Sharma, R., Deb, S., Maitra, D. (2023). Artificial Intelligence in Marketing: Systematic Review and Future Research Direction. International Journal of Information Management Data Insights, 3(1).
- 6) CloudxLab. (2025). Revolutionizing Banking: The Power of Personalization and Intelligent Analytics. URL: <https://cloudxlab.com/blog/revolutionizing-banking-the-power-of-personalization-and-intelligent-analytics/>
- 7) Влияние цифровых технологий на маркетинговые коммуникации в банковской отрасли // Sostav.ru. 2025. URL: <https://www.sostav.ru/blogs/280621/56127>
- 8) Finastra. (2026). AI in banking and financial services: Trends for 2026. URL: <https://www.finastra.com/viewpoints/articles/ai-banking-and-financial-services-trends-2026>
- 9) Oracle Financial Services. (2025). The Future of Banking: Scaling AI Agents in 2026 & Beyond. URL: <https://www.oracle.com/financial-services/banking/future-banking/>

- 10) Банк России. (2025). Применение искусственного интеллекта на финансовом рынке: Консультационная записка. URL: [https://cbr.ru/Content/Document/File/185193/Consultation\\_Paper\\_20112025.pdf](https://cbr.ru/Content/Document/File/185193/Consultation_Paper_20112025.pdf)
- 11) ИИ в финансах в 2026: куда вкладывать силы // PLUSworld.ru. 2026. URL: <https://plusworld.ru/articles/70250/>
- 12) Backbase. (2025). Banking Predictions 2026: AI & the Future of Banking. URL: <https://www.backbase.com/banking-predictions-report-2026/ai-and-the-future-of-banking>
- 13) Forrester. (2023). Predictive Analytics and AI Drive Revenue Growth. URL: <https://www.forrester.com/blogs/category/predictive-analytics>
- 14) Salesforce. (2023). State of Marketing. URL: <https://www.salesforce.com/in/news/stories/state-of-marketing-for-2023>
- 15) McKinsey & Company. (2020). The value of personalization in marketing.
- 16) Как ИИ способствует персонализации финансовых услуг: 4 практики и примеры // Affrt. 2023. URL: <https://www.affrt.com/ru/how-ai-drives-personalization-in-financial-services.html>
- 17) Miquido. (2025). How AI-Powered Personalized Banking Is Transforming Customer Experience. URL: <https://www.miquido.com/blog/ai-personalized-banking/>
- 18) Lloyds Banking Group. (2026). 2026: The year of Agentic AI, and a new era for finance. URL: <https://www.lloydsbankinggroup.com/insights/2026-the-year-of-agentic-ai-and-a-new-era-for-finance.html>