

## АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

Мельник К.В., Киркин С.В.

*Национальный технический университет  
«Харьковский политехнический институт», г. Харьков*

Цель руководителя любого бизнеса - это создание и развитие прибыльного дела. Для этого должно быть удовлетворено максимальное количество условий: правильно подобранная ниша, выгодная экономическая ситуация в стране, хорошая конкурентоспособность бизнеса, эффективная таргетированная реклама. Рассмотрим последнее условие более подробно.

Таргетированная реклама – это рекламные объявления о предоставляемой услуге или товаре, демонстрируемые только тем пользователям, которые удовлетворяют определенному набору требований, заданному рекламодателем, то есть только заинтересованным лицам.

Таргетированную рекламу проще отслеживать и управлять ею. Процессом изменения рекламной кампании товара или услуги проще управлять, если известно заранее, каким критериям должны соответствовать определенные группы пользователей (рис.1). Правильное сегментирование аудитории и проведение индивидуальной рекламной кампании в каждом из этих сегментов значительно увеличивают эффективность рекламной кампании.



Рисунок 1 - Критерии отбора пользователей

Один из видов таргетированной рекламы с использованием информационных технологий - это рассылка рекламных сообщений целевой аудитории посредством использования электронной почты.

Для осуществления поставленной задачи необходимо решить следующие подзадачи: 1) сегментирование клиентской базы данных на классы в зависимости от их преимуществ и персональных данных; 2) формирование рекламных сообщений на основании потребностей клиентов, а также потребностей бизнеса; 3) проведение массовой рассылки таргетированной рекламы.

Для решения первой и второй задач предлагается использовать аппарат искусственных нейронных сетей, который позволит решить задачу сегментирования клиентов в условиях разнородной информации. Для третьей задачи предлагается использовать информационную распределенную систему, которая построена на основе сервис-ориентированной архитектуры (SOA), где для промежуточного слоя, ориентированного на обработку сообщений (message-oriented middleware), предлагается использовать бесплатную платформу типа RabbitMQ.