



Столыпинский
вестник

Научная статья

Original article

УДК 339

**ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ВИДЕО-МАРКЕТИНГА. ИСКУССТВЕННЫЙ
ИНТЕЛЛЕКТ В СОЗДАНИИ ВИДЕО НА YOUTUBE SHORTS
INNOVATIONS IN THE FIELD OF VIDEO MARKETING. ARTIFICIAL
INTELLIGENCE IN YOUTUBE SHORTS VIDEO CREATION**

Доктор Павел Юрьевич, YouTube-Маркетлог, Московская финансово промышленная академия (Ленинградский пр-кт, 80, к.Г, Москва, Россия, 125190), Тел. +7 (495) 800-10-01, <https://orcid.org/0009-0006-9255-8483>, doctor1c@yandex.ru

Doctor Pavel Yurievich, YouTube-Marketlog, Moscow Academy of Finance and Industry (Leningradsky pr-kt, 80, office G, Moscow, Russia, 125190), Tel. +7 (495) 800-10-01, <https://orcid.org/0009-0006-9255-8483>, doctor1c@yandex.ru

Аннотация: Принимая решение о покупке, потребители всегда обращаются к рекомендациям экспертов, коллег и друзей. Понятно, что влияние является неотъемлемой частью покупательского поведения потребителей. Не будет ошибкой сказать, что маркетинг влияния существует уже давно; изменились только средства массовой информации или платформы. В связи с вышеизложенным, автором настоящей статьи была предпринята попытка научного анализа и критического осмысления инновации в сфере видео маркетинга, а так же искусственного интеллекта в создании видео на YouTube Shorts. Short-Form Video AI - это технология, использующая искусственный

интеллект для создания коротких видеороликов. Это видео продолжительностью менее 60 секунд, которыми можно поделиться на таких платформах, как TikTok, Instagram Reels или YouTube Shorts. Технология использует алгоритмы для создания видео таким образом, чтобы оно было привлекательным и интересным для аудитории. Создание коротких видеороликов - это искусство, требующее много времени и усилий. Однако с помощью ИИ этот процесс можно сделать более эффективным и быстрым.

Abstract: When making a purchase decision, consumers always turn to the recommendations of experts, colleagues and friends. It is clear that influence is an integral part of consumer buying behavior. It won't be wrong to say that influencer marketing has been around for a long time; only the media or platforms have changed. In connection with the foregoing, the author of this article made an attempt to scientifically analyze and critically analyze innovations in the field of video marketing, as well as artificial intelligence in creating videos on YouTube Shorts. Short-Form Video AI is a technology that uses artificial intelligence to create short videos. These are videos that are less than 60 seconds long and can be shared on platforms like TikTok, Instagram Reels, or YouTube Shorts. The technology uses algorithms to create videos in a way that is attractive and interesting to the audience. Creating short videos is an art that requires a lot of time and effort. However, with the help of AI, this process can be made more efficient and faster.

Ключевые слова: инновационный маркетинг, видео-маркетинг, искусственный интеллект, создание видеороликов, YouTube Shorts.

Keywords: innovative marketing, video marketing, artificial intelligence, video creation, YouTube Shorts.

Что такое ИИ для коротких видео?

Технология может помочь оптимизировать содержание видео, выбрать музыку и звуковые эффекты, а также улучшить визуальные эффекты. Это упрощает создание увлекательных и развлекательных видеороликов, привлекающих аудиторию. ИИ для коротких видео все чаще используется

компаниями для продвижения своих продуктов и услуг. С помощью коротких видеороликов компании могут привлечь свою целевую аудиторию в увлекательной и увлекательной форме. Вы также можете использовать ИИ для настройки видео, чтобы получить желаемые результаты. [4, с. 23]

Преимущества искусственного интеллекта для коротких видео

Использование искусственного интеллекта для коротких видео дает компаниям многочисленные преимущества. Это включает в себя увеличение охвата, поскольку видео могут быть распространены на платформах, используемых миллионами людей. Кроме того, компании могут добиться более высоких показателей вовлеченности, используя короткие видеоролики, поскольку видеоролики часто более интересны и увлекательны, чем другие формы рекламы. Еще одним преимуществом Short-Form Video AI является то, что он дешевле, чем другие формы рекламы. Создание коротких видеороликов с помощью ИИ часто проще и быстрее, чем создание других форм рекламы. Это может сэкономить компании время и деньги. [3, с. 107]

Проблемы искусственного интеллекта для коротких видео

Хотя искусственный интеллект для коротких видео предлагает множество преимуществ, существуют и некоторые проблемы, о которых бизнесу необходимо знать. Это включает в себя защиту данных и конфиденциальность. Поскольку видео часто публикуются на платформах, используемых многими людьми, может быть сложно защитить конфиденциальность пользователей. Еще одна проблема - это риск распространения фейковых новостей и разжигания ненависти на таких платформах, как TikTok или Instagram Reels. Компании должны убедиться, что их видео не содержат ложной информации или негативных комментариев. Это может быть сложно, поскольку платформы часто используются многими разными людьми. [2, с. 127]

Как используется искусственный интеллект для коротких видео?

Искусственный интеллект для коротких видео используется предприятиями по-разному. Распространенным применением является использование коротких видеороликов в маркетинговых целях. Компании могут создавать короткие

видеоролики для продвижения своих продуктов и услуг. Создание коротких видеороликов для маркетинговых целей требует творчества и инноваций. Компании должны убедиться, что их видео привлекательны, интересны и достигают целевой аудитории. При этом они могут использовать ИИ для оптимизации видео и достижения желаемых результатов. Еще одно применение Short-Form Video AI - создание контента для социальных сетей. Компании могут создавать короткие видеоролики, чтобы увеличить свое присутствие на таких платформах, как TikTok или Instagram. Эти видео могут помочь

Преимущества коротких видеороликов для компаний

Короткие видеоролики предлагают компаниям многочисленные преимущества. Это включает в себя увеличение охвата, поскольку видео могут быть распространены на платформах, используемых миллионами людей. Кроме того, компании могут добиться более высоких показателей вовлеченности, используя короткие видеоролики, поскольку видеоролики часто более интересны и увлекательны, чем другие формы рекламы. Еще одним преимуществом коротких видеороликов является то, что они дешевле, чем другие формы рекламы. Создание коротких видеороликов с помощью ИИ часто проще и быстрее, чем создание других форм рекламы. Это может сэкономить компании время и деньги. [6, с. 201]

Примеры компаний, использующих ИИ для коротких видео

Некоторые компании, которые уже успешно используют ИИ для коротких видео, включают Coca Cola, Nike и Red Bull. Эти компании поняли, что короткие видеоролики - это эффективный способ привлечь свою целевую аудиторию в увлекательной и увлекательной форме. Например, Coca Cola использует короткие видеоролики для продвижения своих продуктов на таких платформах, как TikTok. Видео часто разрабатываются так, чтобы быть забавными и увлекательными, и их смотрят миллионы людей. Nike использует короткие видеоролики, чтобы продемонстрировать свои последние продукты и привлечь внимание аудитории. Red Bull использует короткие видеоролики, чтобы укрепить свой бренд и привлечь целевую аудиторию. [7, с. 593]

Как работает искусственный интеллект для короткометражного видео?

ИИ, стоящий за короткометражным видео ИИ использует различные алгоритмы для создания видео таким образом, чтобы оно было привлекательным и интересным для аудитории. Учитываются различные факторы, такие как продолжительность видео, музыка и звуковые эффекты, визуальные эффекты и содержание видео.

Какова цель маркетинга влияния?

Важным алгоритмом для короткого видео ИИ является так называемый алгоритм компьютерного зрения. Этот алгоритм может распознавать и интерпретировать визуальные данные, чтобы формировать видео так, чтобы оно было привлекательным для аудитории. Например, он может распознавать цвета и формы в видео и оптимизировать визуальный эффект. Еще одним важным алгоритмом для искусственного интеллекта для коротких видео является алгоритм обработки естественного языка. Этот алгоритм может распознавать и интерпретировать человеческую речь для оптимизации содержания видео. Например, он может проанализировать язык видео и оформить текст таким образом, чтобы он понравился аудитории.

Как обеспечить успешное развертывание короткометражного ИИ для видео?

Чтобы обеспечить успешное развертывание Short-Form Video AI, организациям необходимо следовать нескольким рекомендациям. Прежде всего, это включает в себя обеспечение того, чтобы их видео были увлекательными и развлекательными. Видео должно быть разработано таким образом, чтобы охватить желаемую аудиторию и повысить вовлеченность пользователей. Еще одним важным аспектом является оптимизация видео для платформы, на которой оно размещено. Компании должны убедиться, что видео хорошо работает на платформе и привлекает аудиторию. Это включает в себя использование хэштегов и других методов для продвижения видео. Еще одна лучшая практика - использовать ИИ для оптимизации видео. Компании могут использовать ИИ для улучшения содержания видео, выберите музыку и звуковые эффекты и улучшите

визуальные эффекты. Это упрощает создание увлекательных и развлекательных видеороликов, привлекающих аудиторию. [1, с. 122]

Какие компании уже используют искусственный интеллект для коротких видео?

Некоторые компании, которые уже успешно используют ИИ для коротких видео в своих маркетинговых кампаниях, включают Coca Cola, Nike и Red Bull. Эти компании поняли, что короткие видеоролики - это эффективный способ привлечь свою целевую аудиторию в увлекательной и увлекательной форме.

Как платить влиятельным лицам в социальных сетях

Например, Coca Cola использует короткие видеоролики для продвижения своих продуктов на таких платформах, как TikTok. Видео часто разрабатываются так, чтобы быть забавными и увлекательными, и их смотрят миллионы людей. Nike использует короткие видеоролики, чтобы продемонстрировать свои последние продукты и привлечь внимание аудитории.

Red Bull использует короткие видеоролики, чтобы укрепить свой бренд и привлечь целевую аудиторию. почему у ютуберов есть несколько каналов
Революционные короткие видео благодаря технологии искусственного интеллекта
Что за искусственный интеллект преобразует текст в видео? Synthesia - это инструмент искусственного интеллекта, который позволяет пользователям создавать завораживающие видеоролики с человеческими аватарами, набирая текст. Существует ли искусственный интеллект, который создает видео? Pictory - это инструмент для создания и редактирования видео, который использует искусственный интеллект для быстрого и легкого создания видео высокого качества. [5, с. 212]

Он намечен на 1 апреля 2023 года. короткое видео с искусственным интеллектом
1 Революционные короткие видеоролики благодаря технологии искусственного интеллекта
Что такое AI-видео? Видео с искусственным интеллектом - это тип видео, которое полностью создается искусственным интеллектом или с использованием существующего видео в качестве основы для компьютерных манипуляций.

Как называется телетекст? Термин «наложение текста» или «наложение видео» описывает процесс добавления текста поверх видео, чтобы зрители могли читать его во время просмотра. Наложение текста играет решающую роль в социальном видео, популярной форме контента на платформах социальных сетей. Почему людям нравятся короткие форматы видео? Короткие видеоролики короткие, обычно всего минуту или две, в отличие от традиционных видеороликов, которые могут длиться 15 минут или дольше.

Они идеально подходят для тех, кто хочет потреблять контент быстро и эффективно. Короткими видеороликами также легко делиться, что делает их идеальными для платформ социальных сетей. Зачем использовать короткие видео? Короткие видеоролики обычно определяются как видеоролики продолжительностью от трех секунд до одной минуты, хотя официального ограничения нет. Этот тип контента может быть чрезвычайно эффективным для повышения узнаваемости бренда и стратегии в социальных сетях, и он легко доступен для тех, кто хочет включить его в свою стратегию видеомаркетинга.

Этот тип контента может быть чрезвычайно эффективным для повышения узнаваемости бренда и стратегии в социальных сетях, и он легко доступен для тех, кто хочет включить его в свою стратегию видеомаркетинга.

Список литературы

1. Бучиана, С. Т. Интернет маркетинг и цифровой маркетинг - две электронные модели в маркетинге продвижения / С. Т. Бучиана // Ижевск: Общество с ограниченной ответственностью "Агентство международных исследований", 2020. – С. 119-124.
2. Быкова, Т. В. Особенности использования маркетинга влияния в интернет-маркетинге / Т. В. Быкова, И. И. Плужникова // Моя профессиональная карьера. – 2022. – Т. 1, № 34. – С. 120-128.
3. Мальцев, А. А. Использование аналитических инструментов творческой студии youtube при ведении youtube-канала / А. А. Мальцев, Л. С. Яницкий // Новокузнецк: Новокузнецкий институт (филиал) Кемеровского государственного университета, 2020. – С. 102-109.

4. Мерзляков, О. А. Видеохостинг youtube как площадка для реализации инструментов маркетинга влияния / О. А. Мерзляков, А. С. Филонова // Научный альманах Центрального Черноземья. – 2020. – № 1. – С. 19-26.
5. Очилдиев, С. М. Анализ использования видео- хостинга Youtube как инструмента цифрового маркетинга в продвижении образовательных услуг вуза / С. М. Очилдиев // Смоленск: Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2020. – С. 210-214.
6. Панкратов, А. Ю. Youtube как инструмент современного маркетинга / А. Ю. Панкратов // Санкт-Петербург, Университет ИТМО: "Национальный исследовательский университет ИТМО", 2021. – С. 196-205.
7. Трубникова, В. В. Интернет-маркетинг и цифровой маркетинг как модели современного маркетинга / В. В. Трубникова, И. А. Гринченко // Курск: Курский государственный университет, 2022. – С. 591-594.

References

1. Buchiana, S. T. Internet marketing and digital marketing - two electronic models in promotion marketing / S. T. Buchiana // Izhevsk: Limited Liability Company "International Research Agency", 2020. – P. 119-124.
2. Bykova, T. V. Features of using influencer marketing in Internet marketing / T. V. Bykova, I. I. Pluzhnikova // My professional career. - 2022. - V. 1, No. 34. – P. 120-128.
3. Maltsev, A. A. Using the analytical tools of the youtube creative studio when maintaining a youtube channel / A. A. Maltsev, L. S. Yanitsky // Novokuznetsk: Novokuznetsk Institute (branch) of Kemerovo State University, 2020. – P. 102 - 109.
4. Merzlyakov, O. A. Video hosting youtube as a platform for the implementation of influence marketing tools / O. A. Merzlyakov, A. S. Filonova // Scientific Almanac of the Central Chernozem Region. - 2020. - No. 1. – P. 19-26.
5. Ochildiev, S. M. Analysis of the use of Youtube video hosting as a digital marketing tool in promoting the educational services of the university / S. M.

- Ochildiev // Smolensk: Closed Joint Stock Company "Universitetskaya kniga", 2020. – P. 210-214.
6. Pankratov, A. Yu. Youtube as a modern marketing tool / A. Yu. Pankratov // St. Petersburg, ITMO University: "National Research University ITMO", 2021. – P. 196-205.
7. Trubnikova, V. V. Internet marketing and digital marketing as models of modern marketing / V. V. Trubnikova, I. A. Grinchenko // Kursk: Kursk State University, 2022. – P. 591-594.

© Доктор П.Ю., 2023 Научный сетевой журнал «СтолЫПИНСКИЙ вестник» №6/2023.

Для цитирования: Доктор П.Ю. ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ВИДЕО-МАРКЕТИНГА. ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В СОЗДАНИИ ВИДЕО НА YOUTUBE SHORTS // Научный сетевой журнал «СтолЫПИНСКИЙ вестник» №6/2023.