

ПРИМЕР АУДИТА ОТДЕЛА

AI в отделе маркетинга

План внедрения для компании 50–500 человек:
процессы, AI-агенты, стек, KPI, риски и roadmap.

ПОДГОТОВЛЕНО ДЛЯ

Компания / контактное лицо

01 Управленческое резюме

Цель внедрения AI в маркетинг — превратить отдел из набора ручных задач в управляемую систему, где исследования, контент, креативы, реклама, CRM-коммуникации и аналитика поддерживаются AI-инструментами и агентами.

Зона	Что меняется	Ожидаемый эффект
Research	Конкуренты, рынок, отзывы и тренды анализируются регулярно и по шаблону	Быстрее появляются гипотезы и корректировки стратегии
Content	Контент производится как фабрика: одна идея превращается в десятки форматов	Рост скорости и объёма без пропорционального роста команды
Performance	Креативы, объявления, гипотезы и анализ кампаний ускоряются AI	Больше тестов, быстрее отключение слабых кампаний
CRM	База сегментируется, письма и цепочки персонализируются	Рост конверсии и удержания
Analytics	Отчёты и выводы готовятся автоматически	Решения принимаются быстрее

Ключевой принцип: не внедрять AI абстрактно, а привязывать его к конкретным процессам, KPI, владельцам и правилам контроля качества.

02 Типовая структура отдела маркетинга

Функция	Ответственность	AI-фокус
Head of Marketing / CMO	Стратегия, бюджет, KPI, приоритеты	AI-roadmap, dashboard, контроль эффекта
Brand Manager	Позиционирование, бренд, tone of voice	Brand Guardian, messaging matrix
Performance Marketer	Google, Meta, TikTok, LinkedIn Ads	Гипотезы, креативы, анализ кампаний
Content Manager	Статьи, рассылки, соцсети, лендинги	Контент-фабрика, редактурa, repurposing
SMM Manager	Соцсети, комьюнити, публикации	Контент-план, ответы, social listening
Designer / Creative Producer	Баннеры, видео, визуалы	AI-креативы, адаптации, видео
SEO Specialist	Поисковая оптимизация	Кластеры, briefs, content gaps, GEO/AEO
CRM / Email Marketer	Рассылки, цепочки, сегменты	Персонализация, nurture, reactivation
Marketing Analyst	Отчёты, CAC, CPL, ROMI	AI dashboards, anomaly detection, summaries
Marketing Ops	CRM, автоматизации, интеграции	Интеграция LLM, CRM, Ads, BI, баз знаний

03 Карта AI-процессов

Направление	Процессы	AI-результат
Исследования	рынок, конкуренты, отзывы, социальные тренды	еженедельный research мемо и список гипотез
Стратегия	ICP, JTBD, позиционирование, messaging	единая матрица сообщений для каналов и сегментов
Контент	план, статьи, посты, видео, письма	контент-фабрика и repurposing
SEO / GEO	keywords, content gaps, AI-search visibility	briefs, FAQ, schema, оптимизация под AI-ответы
Performance	объявления, креативы, лендинги, тесты	больше гипотез и быстрее оптимизация бюджета
Creative	баннеры, видео, аватары, voiceover	массовое производство вариантов
CRM	сегментация, nurture, upsell, reactivation	персональные цепочки и триггеры
Analytics	dashboards, отчёты, прогнозы, аномалии	автоматические выводы и действия
Brand control	проверка стиля, обещаний, рисков	снижение ошибок и хаоса в коммуникации

04 Исследование рынка и аудитории

AI используется для регулярного сбора и структурирования информации: изменения конкурентов, новые оферы, отзывы, поисковый спрос, обсуждения в соцсетях, вопросы клиентов и причины отказов.

Процесс	Как используется AI	Инструменты
Анализ рынка	сбор трендов, категорий, новых продуктов и изменений спроса	ChatGPT, Claude, Gemini, Perplexity
Анализ конкурентов	сравнение сайтов, оферов, цен, рекламных сообщений	Similarweb, Semrush, Ahrefs, Crayon
Анализ отзывов	кластеризация болей, ожиданий, возражений и триггеров	ChatGPT, Claude, Brandwatch, Sprinklr
Поисковый спрос	кластеры запросов, сезонность, intent, content gaps	Semrush, Ahrefs, Surfer SEO, Clearscope
Аудитория	ICP, JTBD, сегменты, мотивы покупки	ChatGPT, Claude, SparkToro, Audiense
Social listening	упоминания бренда, конкурентов, трендов, негатив	Brandwatch, Talkwalker, Sprout Social

Еженедельный AI-workflow

- Собрать изменения на сайтах и в рекламе конкурентов.
- Сравнить оферы, цены, лид-магниты, посадочные страницы и креативы.

- Выделить новые боли клиентов из отзывов, комментариев и обращений.
- Сформировать 5–10 новых маркетинговых гипотез.
- Передать гипотезы в performance, content и CRM-команды.

05 Позиционирование, ICP и messaging

Документ	Что содержит	Как помогает AI
Brand Book Lite	миссия, позиционирование, tone of voice, запрещённые формулировки	генерация и проверка коммуникаций
ICP Matrix	сегменты, боли, триггеры, барьеры, оферы	персонализация кампаний
Messaging Matrix	ключевые сообщения для каждого сегмента и канала	единая логика коммуникаций
Objection Map	возражения клиентов и ответы	поддержка продаж, рекламы и лендингов
Competitor Positioning Map	отличия от конкурентов	создание сравнительных кампаний
Campaign Strategy Brief	цель, аудитория, офер, каналы, KPI	стандартизация запуска кампаний

06 Контент-маркетинг и AI-контент-фабрика

Контент-фабрика — это процесс, где одна стратегическая тема превращается в набор материалов для разных каналов: SEO, соцсети, рассылки, видео, лендинг, реклама и FAQ.

Процесс	Что делает человек	Что делает AI
Выбор темы	задаёт приоритеты и стратегию	предлагает темы по ICP, SEO и трендам
Исследование	проверяет источники и факты	собирает тезисы и структуру
Черновик	утверждает смысл	пишет первый вариант
Редактура	проверяет точность и стиль	сокращает, усиливает, адаптирует
Дизайн	утверждает визуальную логику	создаёт идеи макетов и форматов
Публикация	контролирует календарь	готовит адаптации под каналы
Анализ	принимает решение	собирает метрики и выводы

Пример распаковки одной темы

Формат	Количество
SEO-статья	1
LinkedIn / Facebook пост	3–5
Instagram-карусель	2
Reels / TikTok / Shorts сценарий	3–5
Email-рассылка	2
FAQ-блок	1
Лендинг-секция	1
Рекламные объявления	10–20 вариантов

07 SEO, GEO и AEO

SEO дополняется оптимизацией под AI-ответы: бренд должен быть понятен не только поисковику, но и системам, которые формируют короткий ответ пользователю.

Процесс	AI-оптимизация	Инструменты
Keyword research	автоматическая кластеризация запросов	Semrush, Ahrefs
Content gap analysis	поиск отсутствующих тем и страниц	Semrush, Surfer SEO
SEO brief	структура статьи, H1–H3, intent, FAQ	Surfer SEO, Clearscope
On-page SEO	мета-теги, внутренние ссылки, readability	Surfer SEO, Semrush
Technical SEO	ошибки, дубли, индексация	Screaming Frog, Semrush
GEO / AEO	видимость в AI-поиске и AI-ответах	Profound, Peec AI, Semrush AI
FAQ / Schema	structured data и ответы на частые вопросы	ChatGPT, SEO tools

08 Performance marketing

Этап	AI-действие	Результат
Brief	создание campaign brief по продукту, аудитории и цели	единый старт кампании
Hypotheses	20–50 рекламных гипотез	больше тестов
Angles	углы: боль, выгода, статус, страх, цена, срочность	разнообразие сообщений
Copy	варианты объявлений и СТА	быстрая подготовка тестов
Visuals	идеи баннеров, видео, hooks	массовые креативы
Landing	структура и варианты блоков	лучшая конверсия
Analysis	CPL, CAC, CTR, CVR, ROAS, anomalies	более быстрые решения
Iteration	что отключить, масштабировать, переписать	цикл улучшений

Performance AI не должен сам тратить бюджет без правил. Человек утверждает стратегию, лимиты, запрещённые оферы и финальные решения по масштабированию.

09 Creative production

Задача	AI-возможность	Инструменты
Баннеры	быстрые варианты под форматы и аудитории	Canva AI, Firefly, AdCreative.ai
Изображения	концепты, иллюстрации, moodboards	Midjourney, Firefly, DALL-E
Видео	короткие ролики, b-roll, анимации	Runway, Pika, CapCut AI
Talking avatar	видео с AI-спикером	HeyGen, Synthesia, D-ID
Voiceover	озвучка и варианты голоса	ElevenLabs, PlayHT
Монтаж	нарезка, субтитры, repurposing	Descript, OpusClip, CapCut AI
Brand consistency	проверка соответствия бренду	Adobe GenStudio, Frontify, Writer

10 Email, CRM и lifecycle marketing

Сценарий	AI-функция	Метрика
Welcome sequence	персональная серия после регистрации	activation rate
Abandoned form	возврат после незавершённой заявки	form completion rate
Lead nurturing	прогрев по интересам и стадии воронки	MQL-to-SQL
Reactivation	возврат старой базы	reactivation rate
Upsell / cross-sell	следующий продукт по поведению клиента	upsell revenue
Event reminders	напоминания и персональные аргументы	attendance rate
Review request	запрос отзыва после события или покупки	review conversion
Churn prevention	поиск клиентов с риском ухода	retention rate

11 Social media и community

Процесс	AI-оптимизация	Инструменты
Контент-план	идеи на месяц по сегментам и продуктам	ChatGPT, Claude, Jasper
Посты	варианты текстов и адаптация tone of voice	ChatGPT, Writer
Комментарии	черновики ответов и классификация негатива	Sprout Social, Hootsuite AI
Мониторинг	упоминания бренда, конкурентов и трендов	Brandwatch, Talkwalker
Short video	сценарии, хуки, субтитры и монтаж	OpusClip, CapCut AI, Runway
Инфлюенсеры	поиск и оценка релевантности	Modash, HypeAuditor

12 Landing pages и CRO

Элемент	Что проверяет AI
Первый экран	понятно ли, что продаётся и для кого
СТА	виден ли следующий шаг и достаточно ли он конкретный
Социальное доказательство	есть ли отзывы, кейсы, цифры, логотипы
Возражения	сняты ли страхи клиента
Цена	объяснена ли ценность
Форма	не слишком ли она длинная и сложная
Мобильная версия	нет ли потерь конверсии

13 Marketing analytics

Блок отчёта	Содержание
Spend	расходы по каналам, кампаниям и дням
Leads	количество лидов и качество
CPL / CAC	стоимость лида и клиента
Conversion	конверсии по этапам воронки
Winners	лучшие кампании, аудитории, объявления, лендинги
Losers	слабые кампании и причины
Anomalies	резкие отклонения CPL, CTR, CVR, spend
Actions	что отключить, усилить, проверить, протестировать

Рекомендуемый формат: ежедневный короткий AI-summary для Head of Marketing и еженедельный executive summary для CEO.

14 База знаний отдела

Раздел	Содержание
Продукты	описания, цены, преимущества, ограничения
ICP	сегменты клиентов, боли, триггеры, барьеры
Competitors	конкуренты, отличия, цены, оферы
Brand voice	стиль коммуникации, примеры и антипримеры
Offers	акции, лид-магниты, условия
Cases	кейсы, отзывы, результаты
Objections	возражения и ответы
Legal restrictions	что нельзя обещать
Campaign history	прошлые кампании, креативы и результаты
FAQ	частые вопросы клиентов

15 AI-агенты для отдела

Агент	Задача	Выход
Market Research Agent	мониторинг рынка, конкурентов, отзывов и трендов	еженедельный research memo
Content Strategy Agent	подготовка контент-плана	темы, форматы, СТА, KPI
Creative Production Agent	создание вариантов креативов	copy, hooks, prompts, scripts
Performance Optimization Agent	анализ кампаний	что отключить, усилить, протестировать
CRM / Lifecycle Agent	персонализация коммуникаций	цепочки, сегменты, триггеры
Brand Guardian Agent	проверка стиля и рисков	комментарии и запрет публикации при нарушениях

16 Рекомендуемый AI-stack

Категория	Инструменты
LLM / универсальный ассистент	ChatGPT Enterprise, Claude Team, Gemini, Microsoft Copilot
Контент	Jasper, Writer, Copy.ai
Дизайн	Canva AI, Adobe Firefly
Видео	Runway, Pika, Synthesia, HeyGen, Descript, OpusClip
SEO	Semrush, Ahrefs, Surfer SEO, Clearscope
Ads	Google Ads AI, Meta Advantage+, AdCreative.ai
CRM / Marketing automation	HubSpot, Salesforce MC, Klaviyo, Mailchimp, ActiveCampaign
Analytics	GA4, Looker Studio, Power BI, Tableau
Social listening	Brandwatch, Talkwalker, Sprout Social
CRO	Optimizely, VWO, Unbounce, Instapage
Knowledge base	Notion AI, Confluence AI, Guru, Glean
Automation	Zapier AI, Make, n8n

17 KPI AI-маркетинга

Зона	KPI
Продуктивность	количество кампаний на маркетолога, скорость запуска
Контент	единицы контента в месяц, стоимость единицы контента
Креативы	количество тестируемых вариантов, CTR, hook rate
Performance	CPL, CAC, ROAS, ROMI, CVR
SEO	organic traffic, rankings, leads from organic
Email	open rate, CTR, conversion, unsubscribe
Social	ER, reach, saves, comments, shares
CRO	conversion rate лендингов
Аналитика	скорость подготовки отчётов, количество аномалий
Качество	brand compliance, factual accuracy, approval rejection rate
Экономика	экономия часов, снижение стоимости производства, рост выручки

18 Риски и ограничения

Риск	Контроль
Галлюцинации	проверка фактов и обязательные источники для фактических утверждений
Нарушение brand voice	brand guideline и Brand Guardian Agent
Юридические ошибки	legal checklist и approval flow
Некачественный контент	редактор-человек и критерии качества
Одинаковый стиль	библиотека примеров, антипримеров и разные creative angles
Утечка данных	корпоративные AI-аккаунты, запрет sensitive data, DPA
Ошибки в рекламе	лимиты бюджета, ручное утверждение кампаний
Over-automation	человек утверждает стратегию и критические решения
Рост скрытых затрат	usage dashboard, лимиты, cost owner

19 План внедрения на 90 дней

Период	Действия	Результат
1–2 недели	описать процессы, инструменты, бюджеты, bottlenecks и AI-use cases	AI-аудит маркетинга
2–4 недели	собрать базу знаний: продукт, ICP, FAQ, objections, brand voice	готовая knowledge base
4–6 недель	запустить 5 пилотов: content factory, ads generator, campaign analyst, SEO assistant, email personalization	первые измеримые эффекты
6–10 недель	интегрировать CRM, Ads, GA4, BI, knowledge base и LLM	полуавтоматические workflows
10–12 недель	утвердить AI policy, approval flow, KPI, владельцев и масштабирование	управляемая AI-система маркетинга

20 Приоритеты внедрения

№	Процесс	Почему
1	Контент-план и посты	быстро внедрить, мало интеграций
2	Рекламные тексты	сразу увеличивает количество гипотез
3	Анализ кампаний	экономит время СМО и performance-команды
4	Email-сегментация	влияет на конверсию и удержание
5	SEO briefs	ускоряет organic growth
6	Brand Guardian	снижает риски и повышает единообразие

21 Итоговая целевая модель

Через 90 дней отдел маркетинга должен иметь не просто набор AI-инструментов, а управляемую операционную систему: база знаний, библиотека промптов, AI-агенты, интеграции с CRM/Ads/BI, контроль качества и прозрачные KPI.

Компонент	Целевое состояние
Knowledge base	актуальная база продукта, аудитории, конкурентов, бренда и кампаний
AI workflows	стандартизированные процессы для research, content, ads, CRM и analytics
AI agents	агенты для исследований, контента, креативов, performance, CRM и brand control
Governance	правила данных, approvals, лимиты и ответственность
Measurement	KPI до/после, dashboard эффекта и регулярный пересмотр

22 Источники и ориентиры

В документе использованы как практические шаблоны AI-трансформации, так и открытые ориентиры рынка по применению GenAI в маркетинге, customer experience, performance-контенте и AI-search visibility.

Источник	Использование
McKinsey — The state of AI	ориентиры по зонам внедрения GenAI и эффекту в marketing & sales
Adobe — AI and Digital Trends / GenStudio	AI-powered workflows, content supply chain и brand governance
Salesforce — AI marketing tools	категории AI-инструментов для кампаний, персонализации и оптимизации
Business Insider — AI-search / GEO	контекст роста видимости брендов в AI-поиске и LLM-driven queries

Это демонстрационный пример глубокого аудита **одного** отдела. Полный AI-аудит охватывает все отделы вашей компании. Оставьте заявку на **auditari.com** — подготовим аудит под вашу структуру.