

ПРИКЛАД АУДИТУ ДЕПАРТАМЕНТУ

AI у відділі маркетингу

План впровадження для компанії 50–500 осіб:
процеси, AI-агенти, стек, KPI, ризики та roadmap.

ПІДГОТОВЛЕНО ДЛЯ

Компанія / контактна особа

01 Управлінське резюме

Мета впровадження AI в маркетинг — перетворити відділ із набору ручних задач на керовану систему, де дослідження, контент, креативи, реклама, CRM-комунікації й аналітика підтримуються AI-інструментами та агентами.

Зона	Що змінюється	Очікуваний ефект
Research	Конкуренти, ринок, відгуки і тренди аналізуються регулярно і за шаблоном	Швидше з'являються гіпотези і коригування стратегії
Content	Контент виробляється як фабрика: одна ідея перетворюється на десятки форматів	Зростання швидкості й обсягу без пропорційного росту команди
Performance	Креативи, оголошення, гіпотези й аналіз кампаній прискорюються AI	Більше тестів, швидше відключення слабких кампаній
CRM	База сегментується, листи й ланцюжки персоналізуються	Зростання конверсії та утримання
Analytics	Звіти й висновки готуються автоматично	Рішення ухвалюються швидше

Ключовий принцип: не впроваджувати AI абстрактно, а прив'язувати його до конкретних процесів, KPI, власників і правил контролю якості.

02 Структура відділу маркетингу

Функція	Відповідальність	AI-фокус
Head of Marketing / CMO	Стратегія, бюджет, KPI, пріоритети	AI-roadmap, dashboard, контроль ефекту
Brand Manager	Позиціонування, бренд, tone of voice	Brand Guardian, messaging matrix
Performance Marketer	Google, Meta, TikTok, LinkedIn Ads	Гіпотези, креативи, аналіз кампаній
Content Manager	Статті, розсилки, соцмережі, лендинги	Контент-фабрика, редактура, repurposing
SMM Manager	Соцмережі, ком'юніті, публікації	Контент-план, відповіді, social listening
Designer / Creative Producer	Банери, відео, візуали	AI-креативи, адаптації, відео
SEO Specialist	Пошукова оптимізація	Кластери, briefs, content gaps, GEO/AEO
CRM / Email Marketer	Розсилки, ланцюжки, сегменти	Персоналізація, nurture, reactivation
Marketing Analyst	Звіти, CAC, CPL, ROMI	AI dashboards, anomaly detection, summaries
Marketing Ops	CRM, автоматизації, інтеграції	Інтеграція LLM, CRM, Ads, BI, баз знань

03 Карта AI-процесів

Напрямок	Процеси	AI-результат
Дослідження	ринок, конкуренти, відгуки, соціальні тренди	щотижневий research memo і список гіпотез
Стратегія	ICP, JTBD, позиціювання, messaging	єдина матриця повідомлень для каналів і сегментів
Контент	план, статті, пости, відео, листи	контент-фабрика і repurposing
SEO / GEO	keywords, content gaps, AI-search visibility	briefs, FAQ, schema, оптимізація під AI-відповіді
Performance	оголошення, креативи, лендинги, тести	більше гіпотез і швидше оптимізація бюджету
Creative	банери, відео, аватари, voiceover	масове виробництво варіантів
CRM	сегментація, nurture, upsell, reactivation	персональні ланцюжки і тригери
Analytics	dashboards, звіти, прогнози, аномалії	автоматичні висновки і дії
Brand control	перевірка стилю, обіцянок, ризиків	зниження помилок і хаосу в комунікації

04 Дослідження ринку й аудиторії

AI використовується для регулярного збору і структурування інформації: зміни конкурентів, нові офери, відгуки, пошуковий попит, обговорення в соцмережах, питання клієнтів і причини відмов.

Процес	Як використовується AI	Інструменти
Аналіз ринку	збір трендів, категорій, нових продуктів і змін попиту	ChatGPT, Claude, Gemini, Perplexity
Аналіз конкурентів	порівняння сайтів, оферів, цін, рекламних повідомлень	Similarweb, Semrush, Ahrefs, Crayon
Аналіз відгуків	кластеризація болів, очікувань, заперечень і тригерів	ChatGPT, Claude, Brandwatch, Sprinklr
Пошуковий попит	кластери запитів, сезонність, intent, content gaps	Semrush, Ahrefs, Surfer SEO, Clearscope
Аудиторія	ICP, JTBD, сегменти, мотиви купівлі	ChatGPT, Claude, SparkToro, Audiense
Social listening	згадки бренду, конкурентів, трендів, негатив	Brandwatch, Talkwalker, Sprout Social

Щотижневий AI-workflow

- Зібрати зміни на сайтах і в рекламі конкурентів.
- Порівняти офери, ціни, лід-магніти, посадкові сторінки і креативи.
- Виділити нові болі клієнтів із відгуків, коментарів і звернень.

- Сформувати 5–10 нових маркетингових гіпотез.
- Передати гіпотези в performance, content і CRM-команди.

05 позиціювання, ICP і messaging

Документ	Що містить	Як допомагає AI
Brand Book Lite	місія, позиціювання, tone of voice, заборонені формулювання	генерація і перевірка комунікацій
ICP Matrix	сегменти, болі, тригери, бар'єри, офери	персоналізація кампаній
Messaging Matrix	ключові повідомлення для кожного сегмента і каналу	єдина логіка комунікацій
Objection Map	заперечення клієнтів і відповіді	підтримка продажів, реклами і лендингів
Competitor Positioning Map	відмінності від конкурентів	створення порівняльних кампаній
Campaign Strategy Brief	ціль, аудиторія, офер, канали, KPI	стандартизація запуску кампаній

06 контент-маркетинг і AI-контент-фабрика

Контент-фабрика – це процес, де одна стратегічна тема перетворюється на набір матеріалів для різних каналів: SEO, соцмережі, розсилки, відео, лендинг, реклама і FAQ.

Процес	Що робить людина	Що робить AI
Вибір теми	задає пріоритети і стратегію	пропонує теми за ICP, SEO і трендами
Дослідження	перевіряє джерела і факти	збирає тези і структуру
Чернетка	затверджує сенс	пише перший варіант
Редактура	перевіряє точність і стиль	скорочує, посилює, адаптує
Дизайн	затверджує візуальну логіку	створює ідеї макетів і форматів
Публікація	контролює календар	готує адаптації під канали
Аналіз	ухвалює рішення	збирає метрики і висновки

Приклад розпакування однієї теми

Формат	Кількість
SEO-стаття	1
LinkedIn / Facebook пост	3-5
Instagram-карусель	2
Reels / TikTok / Shorts сценарій	3-5
Email-розсилка	2
FAQ-блок	1
Лендинг-секція	1
Рекламні оголошення	10-20 варіантів

07 SEO, GEO і AEO

SEO доповнюється оптимізацією під AI-відповіді: бренд має бути зрозумілий не лише пошуковику, а й системам, які формують коротку відповідь користувачу.

Процес	AI-оптимізація	Інструменти
Keyword research	автоматична кластеризація запитів	Semrush, Ahrefs
Content gap analysis	пошук відсутніх тем і сторінок	Semrush, Surfer SEO
SEO brief	структура статті, H1-H3, intent, FAQ	Surfer SEO, Clearscope
On-page SEO	мета-теги, внутрішні посилання, readability	Surfer SEO, Semrush
Technical SEO	помилки, дублі, індексація	Screaming Frog, Semrush
GEO / AEO	видимість в AI-пошуку і AI-відповідях	Profound, Peec AI, Semrush AI
FAQ / Schema	structured data і відповіді на часті питання	ChatGPT, SEO tools

08 Performance marketing

Етап	AI-дія	Результат
Brief	створення campaign brief за продуктом, аудиторією і ціллю	єдиний старт кампанії
Hypotheses	20–50 рекламних гіпотез	більше тестів
Angles	кути: біль, вигода, статус, страх, ціна, терміновість	різноманіття повідомлень
Copy	варіанти оголошень і СТА	швидка підготовка тестів
Visuals	ідеї банерів, відео, hooks	масові креативи
Landing	структура і варіанти блоків	краща конверсія
Analysis	CPL, CAC, CTR, CVR, ROAS, anomalies	швидші рішення
Iteration	що відключити, масштабувати, переписати	цикл покращень

Performance AI не має сам витратити бюджет без правил. Людина затверджує стратегію, ліміти, заборонені офери і фінальні рішення щодо масштабування.

09 Creative production

Задача	AI-можливість	Інструменти
Банери	швидкі варіанти під формати й аудиторії	Canva AI, Firefly, AdCreative.ai
Зображення	концепти, ілюстрації, moodboards	Midjourney, Firefly, DALL-E
Відео	короткі ролики, b-roll, анімації	Runway, Pika, CapCut AI
Talking avatar	відео з AI-спікером	HeyGen, Synthesia, D-ID
Voiceover	озвучення і варіанти голосу	ElevenLabs, PlayHT
Монтаж	нарізка, субтитри, repurposing	Descript, OpusClip, CapCut AI
Brand consistency	перевірка відповідності бренду	Adobe GenStudio, Frontify, Writer

10 Email, CRM i lifecycle marketing

Сценарій	AI-функція	Метрика
Welcome sequence	персональна серія після реєстрації	activation rate
Abandoned form	повернення після незавершеної заявки	form completion rate
Lead nurturing	прогрів за інтересами і стадією воронки	MQL-to-SQL
Reactivation	повернення старої бази	reactivation rate
Upsell / cross-sell	наступний продукт за поведінкою клієнта	upsell revenue
Event reminders	нагадування і персональні аргументи	attendance rate
Review request	запит відгуку після події чи покупки	review conversion
Churn prevention	пошук клієнтів із ризиком відходу	retention rate

11 Social media i community

Процес	AI-оптимізація	Інструменти
Контент-план	ідеї на місяць за сегментами і продуктами	ChatGPT, Claude, Jasper
Пости	варіанти текстів і адаптація tone of voice	ChatGPT, Writer
Коментарі	чернетки відповідей і класифікація негативу	Sprout Social, Hootsuite AI
Моніторинг	згадки бренду, конкурентів і трендів	Brandwatch, Talkwalker
Short video	сценарії, хуки, субтитри і монтаж	OpusClip, CapCut AI, Runway
Інфлюенсери	пошук і оцінка релевантності	Modash, HypeAuditor

12 Landing pages i CRO

Елемент	Що перевіряє AI
Перший екран	чи зрозуміло, що продається і для кого
СТА	чи видно наступний крок і чи достатньо він конкретний
Соціальний доказ	чи є відгуки, кейси, цифри, логотипи
Заперечення	чи зняті страхи клієнта
Ціна	чи пояснена цінність
Форма	чи не занадто довга і складна
Мобільна версія	чи немає втрат конверсії

13 Marketing analytics

Блок звіту	Зміст
Spend	витрати за каналами, кампаніями і днями
Leads	кількість лідів і якість
CPL / CAC	вартість ліда і клієнта
Conversion	конверсії за етапами воронки
Winners	найкращі кампанії, аудиторії, оголошення, лендинги
Losers	слабкі кампанії і причини
Anomalies	різкі відхилення CPL, CTR, CVR, spend
Actions	що відключити, посилити, перевірити, протестувати

Рекомендований формат: щоденний короткий AI-summary для Head of Marketing і тижневий executive summary для CEO.

14 База знань маркетингу

Розділ	Зміст
Продукти	описи, ціни, переваги, обмеження
ICP	сегменти клієнтів, болі, тригери, бар'єри
Competitors	конкуренти, відмінності, ціни, офери
Brand voice	стиль комунікації, приклади й антиприклад
Offers	акції, лід-магніти, умови
Cases	кейси, відгуки, результати
Objections	заперечення і відповіді
Legal restrictions	що не можна обіцяти
Campaign history	минулі кампанії, креативи і результати
FAQ	часті питання клієнтів

15 AI-агенти для відділу маркетингу

Агент	Задача	Вихід
Market Research Agent	моніторинг ринку, конкурентів, відгуків і трендів	щотижневий research memo
Content Strategy Agent	підготовка контент-плану	теми, формати, СТА, KPI
Creative Production Agent	створення варіантів креативів	copy, hooks, prompts, scripts
Performance Optimization Agent	аналіз кампаній	що відключити, посилити, протестувати
CRM / Lifecycle Agent	персоналізація комунікацій	ланцюжки, сегменти, тригери
Brand Guardian Agent	перевірка стилю і ризиків	коментарі і заборона публікації при порушеннях

16 Рекомендований AI-stack

Категорія	Інструменти
LLM / універсальний асистент	ChatGPT Enterprise, Claude Team, Gemini, Microsoft Copilot
Контент	Jasper, Writer, Copy.ai
Дизайн	Canva AI, Adobe Firefly
Відео	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-маркетингу

Зона	KPI
Продуктивність	кількість кампаній на маркетолога, швидкість запуску
Контент	одиниці контенту на місяць, вартість одиниці контенту
Креативи	кількість тестованих варіантів, 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 лендингів
Аналітика	швидкість підготовки звітів, кількість аномалій
Якість	brand compliance, factual accuracy, approval rejection rate
Економіка	економія годин, зниження вартості виробництва, зростання виручки

18 Ризики і контроль

Ризик	Контроль
Галюцинації	перевірка фактів і обов'язкові джерела для фактичних тверджень
Порушення brand voice	brand guideline і Brand Guardian Agent
Юридичні помилки	legal checklist і approval flow
Неякісний контент	редактор-людина і критерії якості
Однаковий стиль	бібліотека прикладів, антиприкладів і різні creative angles
Витік даних	корпоративні AI-акаунти, заборона sensitive data, DPA
Помилки в рекламі	ліміти бюджету, ручне затвердження кампаній
Over-automation	людина затверджує стратегію і критичні рішення
Зростання прихованих витрат	usage dashboard, ліміти, cost owner

19 Roadmap впровадження на 90 днів

Період	Дії	Результат
1-2 тижні	описати процеси, інструменти, бюджети, bottlenecks і AI-use cases	AI-аудит маркетингу
2-4 тижні	зібрати базу знань: продукт, ICP, FAQ, objections, brand voice	готова knowledge base
4-6 тижнів	запустити 5 пілотів: content factory, ads generator, campaign analyst, SEO assistant, email personalization	перші вимірювані ефекти
6-10 тижнів	інтегрувати CRM, Ads, GA4, BI, knowledge base і LLM	напівавтоматичні workflows
10-12 тижнів	затвердити AI policy, approval flow, KPI, власників і масштабування	керована AI-система маркетингу

20 Пріоритети впровадження

№	Процес	Чому
1	Контент-план і пости	швидко впровадити, мало інтеграцій
2	Рекламні тексти	одразу збільшує кількість гіпотез
3	Аналіз кампаній	економить час CMO і performance-команди
4	Email-сегментація	впливає на конверсію і утримання
5	SEO briefs	прискорює organic growth
6	Brand Guardian	знижує ризики і підвищує однаковість

21 Підсумкова цільова модель

Через 90 днів відділ маркетингу має мати не просто набір AI-інструментів, а керовану операційну систему: база знань, бібліотека промптів, AI-агенти, інтеграції з CRM/Ads/BI, контроль якості і прозорі KPI.

Компонент	Цільовий стан
Knowledge base	актуальна база продукту, аудиторії, конкурентів, бренду і кампаній
AI workflows	стандартизовані процеси для research, content, ads, CRM і analytics
AI agents	агенти для дослідження, контенту, креативів, performance, CRM і brand control
Governance	правила даних, approvals, ліміти і відповідальність
Measurement	KPI до/після, dashboard ефекту і регулярний перегляд

22 Джерела й орієнтири

У документі використані як практичні шаблони AI-трансформації, так і відкриті орієнтири ринку щодо застосування GenAI у маркетингу, customer experience, performance-контенті та AI-search visibility.

Джерело	Використання
McKinsey – The state of AI	орієнтири по зонах впровадження GenAI і ефекту в marketing & sales
Adobe – AI and Digital Trends / GenStudio	AI-powered workflows, content supply chain і brand governance
Salesforce – AI marketing tools	категорії AI-інструментів для кампаній, персоналізації й оптимізації
Business Insider – AI-search / GEO	контекст зростання видимості брендів в AI-пошуку і LLM-driven queries

Це демонстраційний приклад глибокого аудиту **одного** департаменту. Повний AI-аудит охоплює всі департаменти вашої компанії. Залиште заявку на auditari.com – підготуємо аудит під вашу структуру.