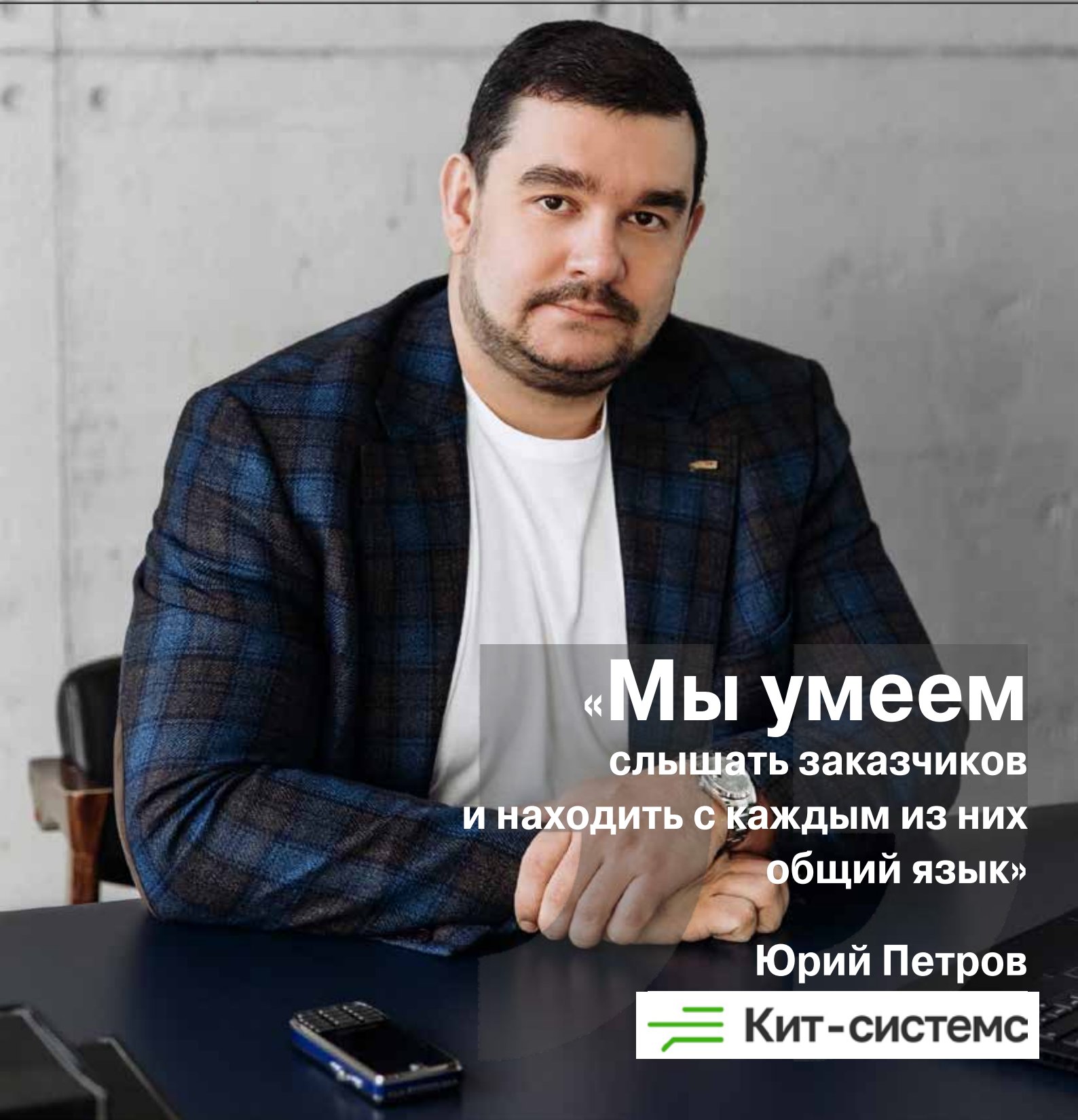


ПРАКТИЧЕСКИЙ ДЕЛОВОЙ ЖУРНАЛ

IT РЕВЬЮ

ОБЗОРЫ · КОММЕНТАРИИ · ПРАКТИКА

№1 / 2025

A portrait of a man with a beard and mustache, wearing a blue plaid blazer over a white t-shirt, sitting at a dark desk with his hands clasped. A smartphone is visible on the desk in the foreground.

**«Мы умеем
слышать заказчиков
и находить с каждым из них
общий язык»**

Юрий Петров



Кит-системс

Содержание

- 4 СИСТЕМНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ
«Кит-системс»
сегодня – состоявшийся многопрофильный интегратор полного цикла
Юрий Петров, «Кит-системс»
- 12 ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ
ИИ не обладает субъектностью.
Решения всегда принимает человек
Валерий Ледовской, ARinteg
- 15 СОЦСЕТИ
Соцсети: ошибки, которые стоят подписчиков, репутации и нервных клеток
Анна Чепракова, rufor agency
- 19 СОЦСЕТИ
Ошибки исправить дорого
Мария Яковенко
- 24 ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ
Как я начала применять ИИ и его роль в будущем бизнеса
Наталья Белоусова
- 30 ИИ&ПОИСК РАБОТЫ
Сможет ли ИИ правильно отфильтровать репутацию менеджмента компании?
Алексей Колосов, Sol Partners
- 34 ИИ&БИЗНЕС
Как использовать нейросети на всех этапах работы с клиентами: от лидогенерации до продаж
Анна Кузнецова, Кузница продаж
- 44 ИИ & БИЗНЕС
Одним из самых интересных и перспективных направлений я считаю автономных ИИ-агентов
Сергей Рабусов, BARS Agency
- 46 СОЦСЕТИ & БИЗНЕС
10 критичных ошибок в Telegram-канале компании, из-за которых нет продаж
Максим Фёдоров, Лаборатория Телеграм-рекламы
- 50 ИТ БЕЗОПАСНОСТЬ&ПЕРСОНАЛ
Сотрудники могут умышленно или по неосторожности стать источником утечек
Сергей Красильников, Frank auto
- 57 ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭДО
Тенденции в ЭДО: как технологии меняют подход к управлению данными
Лариса Тюминкина, RAMAX Group

Издательский дом
представляет ведущие деловые журналы

Подписные индексы:
По объединённому каталогу ГК РФ
Журнал издаётся при участии Историко-архивного института Российского государственного гуманитарного университета и Всероссийского научно-исследовательского института документоведения и архивного дела Росархива



Объединенная редакция

ИД



Официальный адрес
TP@TOP-PERSONAL.RU
Гл. редактор
ИД «Управление персоналом»
Гончаров А. Н.

Электронное приложение к журналу «Управление персоналом»

Учредитель: ООО «Журнал
«Управление персоналом».
Свидетельство о регистрации
выдано Министерством РФ
по делам печати, телерадиовещания
и средств массовых коммуникаций
ПИ № 77-15375 от 12 мая 2003 г.

Издательство не несет
ответственности за ущерб,
нанесенный в результате
использования, неиспользования
или ненадлежащего
использования информации,
содержащейся в настоящем
издании.

Перепечатка материалов (полная
или частичная) допускается только
с письменного разрешения
редакции.

Издатель: ООО «Топ-Персонал»
с 2011 г.
Подписано в печать 30.03.2025.
Формат 60x90 1/8.

Главный редактор:
Александр Гончаров
Компьютерная вёрстка:
Наталья Риль
Корректоры:
Кочетков Павел, Сагун Ольга

Иллюстрации созданы ИИ:
Midjourney

© «IT Ревью», 2025.

Приглашаем директоров компаний
поделиться опытом управления:
7447273@bk.ru

>4

При этом нет нужды формировать собственный штат таких специалистов, оплачивать их обучение, сертификацию, поддерживать лояльность с постоянно растущими «аппетитами», организовывать и содержать рабочие места...

Юрий Петров, генеральный директор
системного интегратора ARinteg

>12

Искусственный интеллект уже используется в ИБ-продуктах, и применяется всё более широко...

Валерий Ледовской,
директор по развитию ARinteg

>15

Когда лента выглядит как сборник случайных фото — с разной обработкой, стилем и цветами — подписчики не запоминают ваш бренд...

Анна Чепракова,
генеральный директор коммуникационного
агентства rpor agency

>19

После тестирования оказалось, что публикаций в обед давали больше вовлечённости и конверсий...

Мария Яковенко

>30

Перспективе можно рассчитывать на создание heat-map (тепловых карт) с наиболее востребованными навыками и должностями...

Алексей Колосов, старший консультант
консалтинговой компании Sol Partners

.....
89263501881 вацап
Александр Гончаров,
главный редактор

**Издательство не несет
ответственности за содержание
рекламных объявлений.
Издательство не всегда разделяет
мнения и взгляды авторов.
Рукописи не рецензируются
и не возвращаются.**

«Кит-системс» сегодня – состоявшийся многопрофильный интегратор полного цикла

ИТ РЕВЬЮ Юрий Витальевич, расскажите немного о своей компании? Чем она занимается, на чем специализируется?

Несмотря на относительную для российского рынка молодость, «Кит-системс» сегодня – состоявшийся многопрофильный интегратор полного цикла, обладающий компетенциями и экспертизой для разработки, внедрения и поддержки ИТ- и смежных решений любой сложности. Наш портфель включает типичный для классических интеграторов набор решений, закрывающий все типовые задачи информатизации большинства бизнесов и представителей госсектора. Также в компании выделен ряд профильных подразделений, специализирующихся на развитии отдельных отраслей и бизнес-практик. В силу возраста нам удается избегать «болезни роста» многих лидеров рынка, сохранять гибкость, уметь слушать и, главное, слышать заказчиков, находить с каждым из них общий язык. Ведь формальное сотрудничество заказчика с интегратором скрывает взаимодействие множества обычных людей. И от того, насколько оно будет открытым и доверительным, зависит в конечном счете успех проекта. Поэтому для нас важно быть и оставаться интегратором с человеческим лицом.



Юрий Петров,
генеральный директор
системного интегратора
«Кит-системс»

ИТВЕВЬЮ В то время на рынке системной интеграции было много сильных компаний с устоявшейся репутацией. Казалось, протиснуться между ними практически невозможно! Как пришла идея создать бизнес? Откуда была уверенность в успехе?

— Окончив в начале нулевых университет, я устроился обычным менеджером в небольшую компанию, торгующую компьютерами и оргтехникой. Затем было еще несколько организаций, где удалось на практике познавать устройство бизнеса со всех сторон. По прошествии некоторого времени устроился на работу в Заказчика, где реализовал несколько знаковых проектов. Однажды, осознав потолок роста в корпорации и морально созрев для этого, я решил встать на предпринимательский путь. Время для старта было действительно непростым. Сформировавшийся высококонкурентный рынок, перманентно возникающие последствия кризиса, общая экономическая нестабильность, постоянно дорожающий персонал... Хотя последнее меня беспокоило меньше всего: вопрос о найме сотрудников тогда не стоял вовсе. Но, как говорится, «Ищущий, да обрящет»! Собрал небольшую команду надежных партнеров и запустил проект. Уверенности в успехе тогда не было и быть не могло, но был драйв, определенный жизненный опыт, готовность действовать, пробовать и учиться на своих ошибках. Начинали с малого: поставляли и обслуживали компьютеры, монтировали сети, выезжали на объекты, нарабатывали клиентскую базу. Что же касается конкурентов – на первых порах мы их практически не замечали: где на этапе становления бизнеса мы, а где они – крепко стоящие на ногах гиганты! С конкуренцией мы столкнулись позже, когда бизнес достиг определенной зрелости, была сформирована команда ключевых экспертов и началась работа с комплексными проектными решениями.

ИТВЕВЬЮ Что на Ваш взгляд представляет собой системный интегратор сегодня? Как менялась его роль в последние годы?

— Новые реалии диктуют новые условия, в которых побеждает тот, кто сумеет адаптироваться лучше и быстрее других. Помните, как у Льюиса Кэрролла: «Нужно бежать со всех ног, чтобы только оставаться на месте, а чтобы куда-то попасть, надо бежать как минимум вдвое быстрее!». В последние три года после того, как рынок перевернулся, нам пришлось быстро осваивать новые, не приоритетные ранее задачи: налаживать параллельный импорт, выстраивая новые логистические цепочки, расширять партнерский пул с фокусом на российских вендоров, поддерживать и постепенно замещать действующие системы заказчиков. Это и стало своего рода проверкой на прочность, бегом, вдвое быстрее прежнего. Современный интегратор – это не только кладезь знаний, проектного и сервисного опыта, но и, в условиях усиливающегося дефицита кадров, – «дополнительные руки». Многие заказчики, даже имея собственную компетентную (или не очень) ИТ-команду

зачастую не справляются с текущими и, тем более, стратегическими задачами поддержки и развития информационных систем. А в сотрудничестве с интегратором они получают готовое решение, реализацию которого от идеи до ввода в эксплуатацию отвечает именно он. При этом, мы пропускаем решения через призму информационной безопасности, санкционной независимости и других специфических для отдельных отраслей и заказчиков требований. Само собой, для этого у интегратора должны быть сформированы экспертиза, подтвержденный опыт, набор необходимых компетенций. Ну и, наверное, главный актив любого интегратора – люди! Сплоченная команда энтузиастов, профильный опыт которых может превышать срок активной работы самого интегратора.

ИТ РЕВЬЮ А как в свою очередь менялся портрет заказчиков в последние годы? Как изменились их потребности?

— Профиль заказчиков значительно не изменился, в отличие от стоящих перед ними задач. Оставшись один на один с решениями западных вендоров, они вынуждены были решать вопросы их поддержки «в моменте» и постепенного перевода инфраструктур на российские рельсы – в перспективе. В первом случае «спасательным кругом» для них стал перевод сервисного функционала на аутсорс специализированным компаниям, обладающим штатом сертифицированных ранее инженеров и готовых предложить сервис на уровне не ниже ушедших вендоров. Что же касается миграции на российскую программно-аппаратную базу – к настоящему времени в большинстве организаций и представителей госсектора эта задача в той или иной мере решена. Ряд компаний продолжают использовать решения западных вендоров до истечения срока их амортизации, но тренд импортозамещения сохранит актуальность в ближайшие годы. Кроме того, кадровый голод вызвал рост спроса на сервисные услуги. Часть компаний переводит на аутсорс обслуживание информационных систем и инфраструктур под ключ, другие передают сервисной компании повседневную рутину, переводя штатных специалистов на стратегически важные интеллектуальные задачи.

ИТ РЕВЬЮ На какие аспекты заказчикам стоит обращать внимание при выборе системного интегратора? Что вы могли бы посоветовать нашим читателям?

— Универсальной методики выбора идеального ИТ-партнера не существует, поэтому остановлюсь на общих рекомендациях. Прежде всего, я бы определился, насколько крупный интегратор необходим для вашего проекта и целесообразно ли привлекать к нему ТОПов. С одной стороны, крупные интеграторы располагают большими ресурсами, опытом разработки и внедрения сложных, зачастую, уникальных решений, доработки и

кастомизации уже действующих систем заказчика. Все это, безусловно, сказывается на ценовом сегменте, в котором они работают: относительно бюджетные проекты им могут быть просто неинтересны.

В противовес им, уверенные «середнячки» предлагают сочетание сопоставимого уровня компетенций с индивидуальным подходом к задачам заказчика, гибкостью в формировании и адаптации решения без ущерба для его качества, быстрой обратной связью. Так что во многих случаях они станут оптимальным партнером по критериям бюджета и комфорта взаимодействия. Также следует тщательно изучить портфолио кандидата, его опыт в реализации аналогичных по объему и сложности проектов. Не все кейсы могут быть опубликованы на сайте: многие проекты, особенно для госструктур или крупных предприятий выполняются на условиях комплаенса, и информации о них в открытых источниках вы не найдете.

Однако о приобретенных в них компетенциях и навыках вам могут рассказать менеджеры потенциального партнера. Важным фактором является специализация: при прочих равных, предпочтение стоит отдать тому, кто обладает опытом работы с вашей отраслью и знает ее специфику, потенциальные риски, подводные камни. При этом, не имеет большого значения, с бизнесом работал интегратор, или с госсектором: на качестве выполнения проекта это никак не скажется. Также будет не лишним поинтересоваться об уровне квалификации сотрудников потенциального партнера. Причем, не только от его представителя, но и на сайте компании, в описаниях вакансий, отзывах сотрудников. Чтоб оставаться в строю, интегратору необходимо периодически проводить для сотрудников внешние и внутренние тренинги, повышать их квалификацию, обучать новым решениям и сервисам. Если этого не происходит, а в компании постоянная текучка кадров – повод задуматься.

Еще один маркер «правильного» интегратора – развитый партнерский пул, включающий ведущих российских и зарубежных производителей оборудования и ПО, а также наличие высоких партнерских статусов по ним. Это свидетельствует о том, что компания обладает экспертизой по решениям вендоров и прикладным опытом их внедрения, способна предложить высокий уровень сервиса и поддержки. Ну и последний момент – цена вопроса. Необходимо понимать, что со стороны интегратора над каждым проектом работает целая команда разноплановых экспертов и специалистов с многолетним опытом работы с заказчиками различных отраслей. А значит, стоимость его услуг не может быть слишком низкой! Безусловно, оценка одного и того же проекта у различных подрядчиков может различаться, и весьма существенно. Но слишком значительное отклонение от «средней температуры по больнице» должно насторожить!

ИТ РЕВЬЮ Наверняка среди многочисленных направлений вашего бизнеса есть наиболее важные или перспективные, развитию которых уделяете особое внимание?

— Исторически основу нашего бизнеса составляли инфраструктурные проекты. Мы намерены сохранить этот вектор, с постепенным наращиванием в обороте доли сервисной составляющей. Для этого уже сейчас расширяем штат инженеров по ключевым направлениям, повышаем квалификацию действующих сотрудников, разрабатываем новые сервисные пакеты с различными SLA. Часть выручки, генерируемой основным бизнесом, будет инвестирована в развитие перспективных направлений. Главные из них: практика 1С, автоматизация конструкторско-технологической подготовки производства, платформа аналитики и «монетизации» корпоративных данных, а также разработка решений на базе AI/ML. Кроме того, мы активно взаимодействуем с заказчиками, мониторим рынок и планируем к запуску новые сервисы.

ИТ РЕВЬЮ Каким для вас выдался 2024 год? Какие победы или, может быть, разочарования он принес?

— Прошлый год был для нас весьма успешным: главный его итог - более чем двухкратный рост выручки относительно предшествующего. Мы выполнили ряд знаковых инфраструктурных проектов и сервисных контрактов, включая сопровождение 1С, существенно усилили экспертизу по ключевым направлениям бизнеса, расширили партнерский пул и повысили статусы в программах ключевых вендоров. Конечно, не обошлось и без досадных неурядиц: нестабильный экономический фон вкупе со значительным ростом стоимости оборудования в течение года заставил многих заказчиков пересмотреть приоритеты цифровизации и отложить наиболее капиталоемкие проекты до лучших времен. Надеюсь, скоро мы сможем вернуться к их обсуждению.

ИТ РЕВЬЮ Какие перспективы Вы видите в 2025 году? Чего от него ждете?

— Полагаю, если политико-экономическая обстановка будет развиваться в позитивном русле и не принесет нам неприятных сюрпризов, мы вместе с другими участниками рынка продолжим движение в сторону основного тренда последних лет: обеспечения технологического суверенитета. Госструктуры и владельцы КИИ, не успевшие этого сделать ранее, будут сосредоточены на миграции информационных систем на отечественную программную базу. Продолжится развитие ранее начатых проектов по цифровизации госсектора и городского хозяйства, оптимизации транспортной инфраструктуры. С учетом

объемов накопленных корпоративных данных может вырасти интерес к системам аналитики на основе моделей ИИ, обеспечивающих базу для оптимизации процессов, выявления точек роста и поддержки управленческих решений.



Что касается проектов импортозамещения: что сейчас заказчики думают о российских вендорах? Насколько полно их продукция закрывает потребности бизнеса?

— Российская инженерная школа на протяжении многих лет сильна в разработке ПО. Поэтому в этом сегменте наши решения, в т.ч., узкопрофильные конструкторско-производственные системы, способны достойно заместить продукцию западных вендоров. Вряд ли они найдут мировое признание, но на пространстве СНГ и «дружеских» стран уже успешно применяются бизнесом и госсектором. Что же касается «железа», здесь в наиболее выигрышной позиции оказались производители серверов и СХД, успевшие заимствовать значительную экспертизу у западных вендоров. Да и собственных разработок у российских вендоров не мало: в последние годы запущено множество крупных производств высокой локализации, что обеспечивает заказчикам выбор из множества доступных систем. Некоторые пошли дальше, и запускают партнерские программы, ранее характерные только для западных лидеров, - вплоть до защиты сделок. Несколько хуже обстоят дела с локализацией активного сетевого оборудования: здесь под личиной отечественных брендов все еще встречается «перелицованная» продукция китайских (причем, не самых лучших) производителей. Но в целом, в последние годы вендоры и интеграторы совершили качественный скачок в разработке, производстве, внедрении и сервисе комплексных решений на российской аппаратной базе.



Системная интеграция – это не только «про железо» и софт. Как развивается сервисное направление вашего бизнеса? Как видите его перспективы?

— Безусловно, если у многих поставщиков на этапе завершения сделки работа с клиентом прекращается, у нас по окончании проекта она только начинается! Ведь любое сложное решение нуждается в регламентном обслуживании, технической поддержке, а иногда и в срочном ремонте. А кто может знать его лучше, чем тот, кто его разработал, внедрил, протестировал и ввел в эксплуатацию? Поэтому передача системы на аутсорс создавшему ее интегратору для многих компаний становится лучшим решением, одновременно снимающим головную боль по этому вопросу с собственного ИТ-отдела. Опираясь на собственный опыт и рекомендации производителей мы рассчитываем вероятность отказа каждого инфраструктурного элемента, разрабатываем и согласовываем с заказчиком

рекомендованный SLA, исходя из наиболее уязвимого из них. Затем под каждый сервисный контракт готовится набор ЗИП, достаточный для устранения инцидентов в оговоренные сроки. Сейчас нашим заказчикам доступен широкий набор сервисов, обеспечивающих поддержку их инфраструктур вплоть до 24/7/365. Развитие данного направления – одно из стратегических приоритетов «Кит-системс», и надеюсь, что к концу следующего года его доля в обороте компании значительно возрастет.

ИТРЕВЬЮ В чем преимущества аутсорсинговой модели сервиса ИТ-систем для заказчиков?

— Малым и средним бизнесам аутсорс позволяет переложить ответственность за поддержку ИТ-систем на плечи специализированной компании, обладающей квалифицированными инженерами различного профиля. При этом нет нужды формировать собственный штат таких специалистов, оплачивать их обучение, сертификацию, поддерживать лояльность с постоянно растущими «аппетитами», организовывать и содержать рабочие места. За фиксированную плату заказчик ежемесячно получает определенный SLA набор услуг, вплоть до круглосуточного присутствия сервисных инженеров на объекте. Для крупных компаний передача на аутсорс многочисленных рутинных задач - хорошая возможность перераспределить усилия квалифицированного (а значит – дорогостоящего!) ИТ-персонала в сторону сложных стратегически значимых проектов. Некоторые руководители ИТ-подразделений таких компаний почему-то видят в нас конкурентов. Но у нас нет и не может быть намерения «отнять чужой хлеб»! Мы строго придерживаемся подхода: «они у себя в компании – хозяева, мы же – помощники, обеспечивающие условия наиболее полного раскрытия их талантов и опыта»!

ИТРЕВЬЮ Что бы Вы пожелали читателям в наше непростое время?

— Наверное, оптимизма и позитивного отношения к жизни, несмотря ни на какие невзгоды. И, конечно же, крепкого тыла за спиной в лице родных и близких!

***Юрий Петров,**
генеральный директор системного интегратора «Кит-системс»

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Эксклюзивно для **ИТРЕВЬЮ**

ПОДПИСКА 2025

2-ое
полугодие

БИЗНЕС
ИДЕИ

БИЗНЕС
РЕШЕНИЯ

БИЗНЕС
ТЕХНОЛОГИИ

БИЗНЕС
ПРОЦЕССЫ



20 номеров + подарки — 18 000 руб.

**СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ
для подписчиков журнала**

при оплате до 1 мая 2025 г.
www.top-personal.ru

Мы вам дарим:

✓ Электронные версии всех наших деловых журналов (ниже указаны и есть на сайте www.top-personal.ru)



КЛУБ ГЛАВНЫХ БУХГАЛТЕРОВ

ИИ & БИЗНЕС

АЛЬМАНАХИ: ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ (споры), МОТИВАЦИЯ (опыт успешных фирм), ЗАРПЛАТЫ (по профессиям), СОБЕСЕДОВАНИЕ (опыт лидеров рынка), КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА, УВОЛЬНЕНИЯ (споры), НАЛОГОВЫЕ СПОРЫ, ЛУЧШИЕ БИЗНЕС-ТРЕНИНГИ, ТАМОЖНЯ ДАЁТ ДОБРО

✓ карточку Делового клуба (Ваша компания сможет задавать юристам (500 в нашей базе), налоговикам (50), экспертам по управлению, мотивации, коучингу, обучению (100+) любые вопросы и получать письменные ответы неограниченно).

✓ Участие и доступ к видео в zoom бизнес-встреч Делового Клуба «Капитаны Российского Бизнеса» (20 встреч в полугодии).

✓ Videобанк бизнес-встреч с экспертами (60 встреч в полугодии).

Контакты: 89263501881 вацап; эл. почта 7447273@bk.ru

Образец заполнения платежного поручения

Оплата по QR-коду

Банк получателя	БИК	044525974
АО «ТБANK»	Сч №	30101810145250000974
Получатель		
Индивидуальный предприниматель Гончарова Надежда Валентиновна	Сч №	40802810400006467172
ИНН 526022935291	КПП	

наименование	ед.изм.	кол-во	цена, руб.	сумма, руб.
Подписка на журнал «Управление персоналом» 2-ое полугодие 2025 г.	номер	20	900,00	18000,00

Всего наименований 1 на сумму (НДС не облагается): Восемнадцать тысяч рублей 00 коп., НДС не облагается



ИИ не обладает субъектностью. Решения всегда принимает человек

ИИ широко применяется для анализа поведения сотрудников организаций. Отклонение в их поведении от обычного может свидетельствовать об инсайдерской деятельности. В таком случае у сотрудника может быть запрошен второй фактор, например, одноразовый пароль при доступе к информационной системе. DLP-система тоже на это способна обратить внимание и взять пользователя на особый контроль.

ИИ помогает выявлять аномалии в сетевом трафике. Прогнозировать, предсказывать атаки через анализ больших данных тоже возможно с применением моделей машинного обучения.

Внешним SOC такая автоматизация с ИИ позволяет снизить нагрузку на аналитиков за счёт автоматизации обработки миллиардов событий.

Также искусственный интеллект помогает обрабатывать естественный язык и, допустим, находить как связи между киберпреступными группировками, так и угрозы среди сообщений в мессенджерах.

ИИ используется и для снижения количества ложных срабатываний в киберзащитных системах. Такую ИИ-



**Валерий
Ледовской,**
директор по развитию
ARinteg

автоматизацию провели все крупные российские вендоры, работающие в информационной безопасности: Kaspersky, Positive Technologies, InfoWatch, Солар и другие.

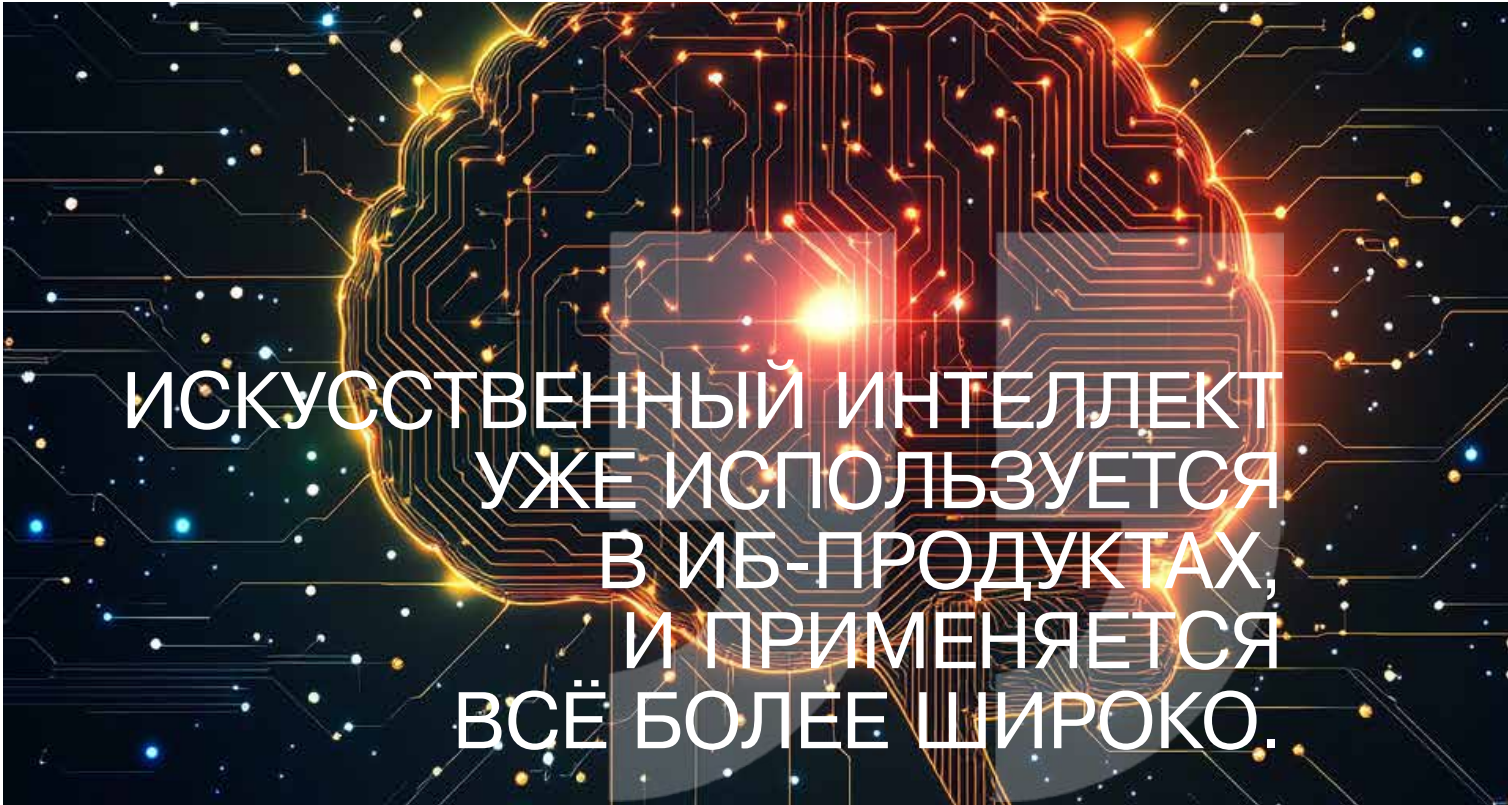
Среди трудностей, которые возникают при применении ИИ-технологий в инструментах автоматизации процессов кибербезопасности, можно выделить проблему сложности, а подчас невозможности сертифицировать такие системы во ФСТЭК и ФСБ.

Дело в том, что модели машинного обучения невозможно назвать детерминированными, т.е. мы не можем сказать заранее, что выдаст алгоритм, если он будет обрабатывать те или иные конкретные данные.

После обучения модели связи между её параметрами настолько неочевидны, что их неслучайно относят к нечёткой логике, а то, что генерируют ИИ, называют «предсказанием».

При этом, в любом случае, те, кому доверена защита от кибератак в организации, при возникновении инцидентов отрабатывают их и отвечают лично за негативные для компании последствия, в отдельных случаях предусмотрена уголовная ответственность. Поэтому все списать на ошибку ИИ-алгоритма не получится.

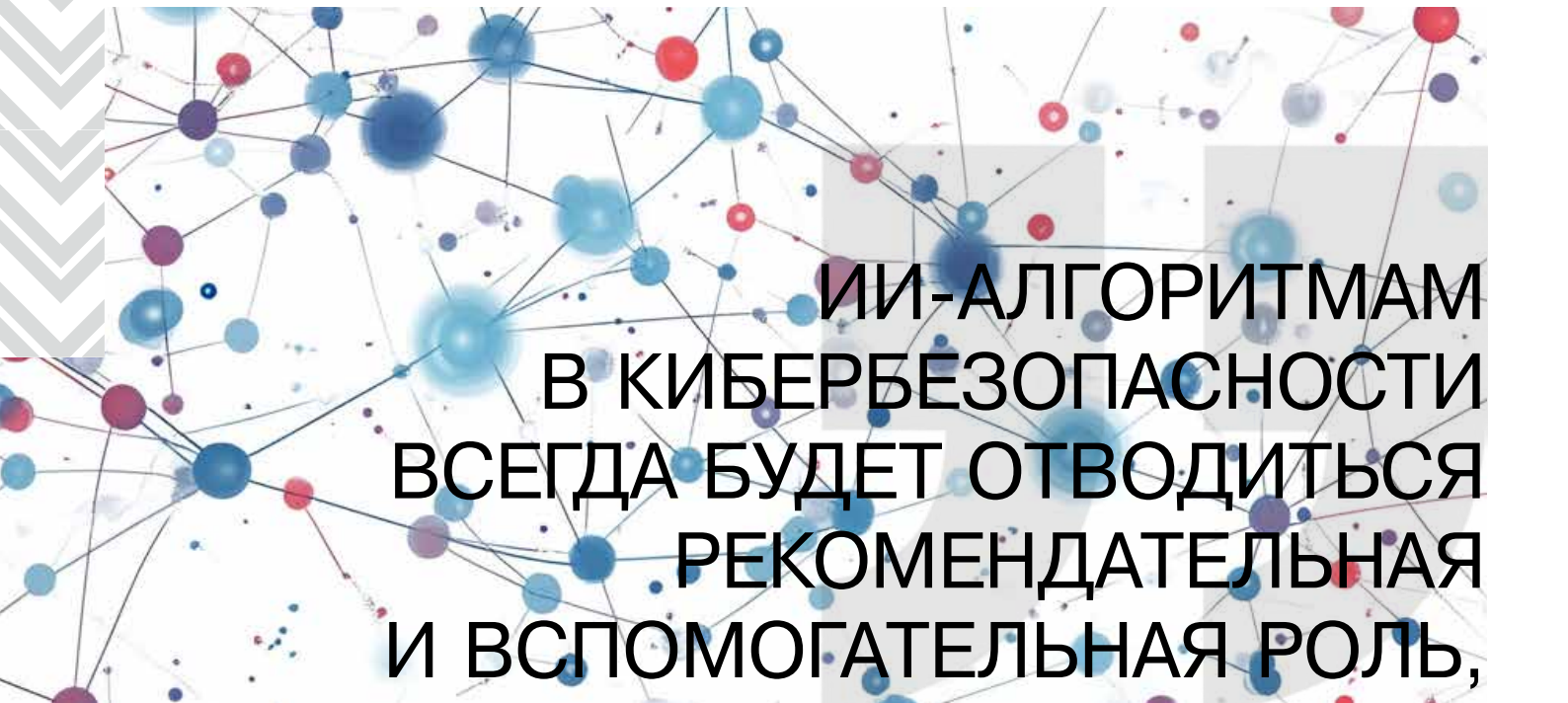
Тем не менее,



ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ
УЖЕ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ
В ИБ-ПРОДУКТАХ,
И ПРИМЕНЯЕТСЯ
ВСЁ БОЛЕЕ ШИРОКО.

Единственное, в тех случаях, когда это безопасно для защищаемой инфраструктуры. В этом, наверное, основная дилемма при распространении ИИ-технологии в системах защиты информации.

ИИ не обладает субъектностью. Решения всегда принимает человек, который может на основе своего опыта определить ложное срабатывание системы, и только человек несёт ответственность в случае пропуска атаки из-за неэффективного применения защитных инструментов. А государственные регуляторы при сертификации решений должны видеть чёткую логику в работе алгоритмов, которые могут фактически воздействовать на критическую инфраструктуру.



ИИ-АЛГОРИТМАМ В КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ ВСЕГДА БУДЕТ ОТВОДИТЬСЯ РЕКОМЕНДАТЕЛЬНАЯ И ВСПОМОГАТЕЛЬНАЯ РОЛЬ,

ИИ будет использоваться лишь как удобный помощник, а не как активный защитник.

*Валерий Ледовской,
Основатель и директор компании **Группа компаний Алмаз**

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Эксклюзивно для **IT РЕВЬЮ**

Соцсети: ошибки, которые стоят подписчиков, репутации и нервных клеток

Вести соцсети — это не просто выкладывать красивые картинки с бодрыми подписями. Это регулярная планомерная работа с четкими KPI и многими нюансами, игнорирование которых стоит репутации и денег. Самые опасные ошибки выглядят вполне безобидно — пока не приводят к падению охватов, негативу в комментариях и утрате доверия клиентов действующих и потенциальных.



**Анна
Чепракова,**
генеральный директор
коммуникационного
агентства rpor agency

Вот шесть распространенных промахов, которые обесценят вашу работу по продвижению в соцсетях.

Ставка на тренды без учета стратегии

Ошибочный подход: «О, все пляшут под хит Тейлор Свифт, давайте тоже запишем танец!».

Тренды внимание. Но тренд без связи с брендом — это шум. Например, если вы продаете дорогие квартиры с видом на парк, то ролик в духе «Отношения в офисе» не заинтересует покупателей. А если и привлечет — то не целевую аудиторию. Если девелопер попытается продвигать премиальный проект через мемы с котами, то милые картинки соберут лайки, но не приведут к заявкам на квартиры за 100 миллионов. Как делать правильно: Тренды работают, если вы адаптируете их под свою нишу.

Например, проект элитного жилья органично встроится в тренд «Привычки миллионеров» или рассказ о ритуалах успешных людей — это подчеркнет статус и привлечет нужную аудиторию.

Нерегулярность контента

Ошибочный подход: «Постим, когда есть настроение».

Когда публикации выходят хаотично, подписчики забывают о бренде. Периодическое появление в ленте напоминает поведение друга, который всплывает раз в полгода и тут же просит в долг. Если компания выкладывает посты три недели подряд, а потом пропадает на месяц, аудитория не понимает, что происходит, и теряет интерес. Как делать правильно: Успех в соцсетях — это марафон, а не спринт. Четкое контент-планирование поддержит постоянный интерес. Даже если вы постите раз в неделю, делайте это стабильно.

Отсутствие визуального единства

Ошибочный подход: «Главное — выкладывать красивые картинки».



КОГДА ЛЕНТА ВЫГЛЯДИТ
КАК СБОРНИК СЛУЧАЙНЫХ
ФОТО — С РАЗНОЙ
ОБРАБОТКОЙ, СТИЛЕМ И
ЦВЕТАМИ — ПОДПИСЧИКИ НЕ
ЗАПОМИНАЮТ ВАШ БРЕНД.

Снимки продукции, рабочие процессы, фото сотрудников с корпоративов сменяющие друг друга — каша в ленте и падение подписчиков. Как делать правильно: Создайте визуальный стиль — с фирменными цветами, шрифтами и подачей. Если делаете упор на продукцию — пусть фотографии всегда идут в одной обработке. Если показываете людей — выдерживайте стиль портретов.

Слишком сложный язык

Ошибочный подход: «Сейчас покажем, какие мы умные».

Когда текст в соцсетях выглядит как выдержка из докторской диссертации, аудитория не понимает, о чем вы говорите. Мы много работаем в сфере недвижимости, в том числе и с проектировщиками. И иногда встречаем термины вроде «векторная параметризация» и «сегментная кластеризация», которые могут быть непонятны даже коллегам, не говоря уже о заказчиках или покупателях. Как делать правильно: даже сложные темы объясняйте доступно. Публикации вроде «Как продукт X помогает не потерять миллионы» или «5 ошибок, которые решает продукт X» читаются охотнее и лучше передают экспертность.

Игнорирование комментариев и обратной связи

Ошибочный подход: «Не будем отвечать на хейт — само затихнет».

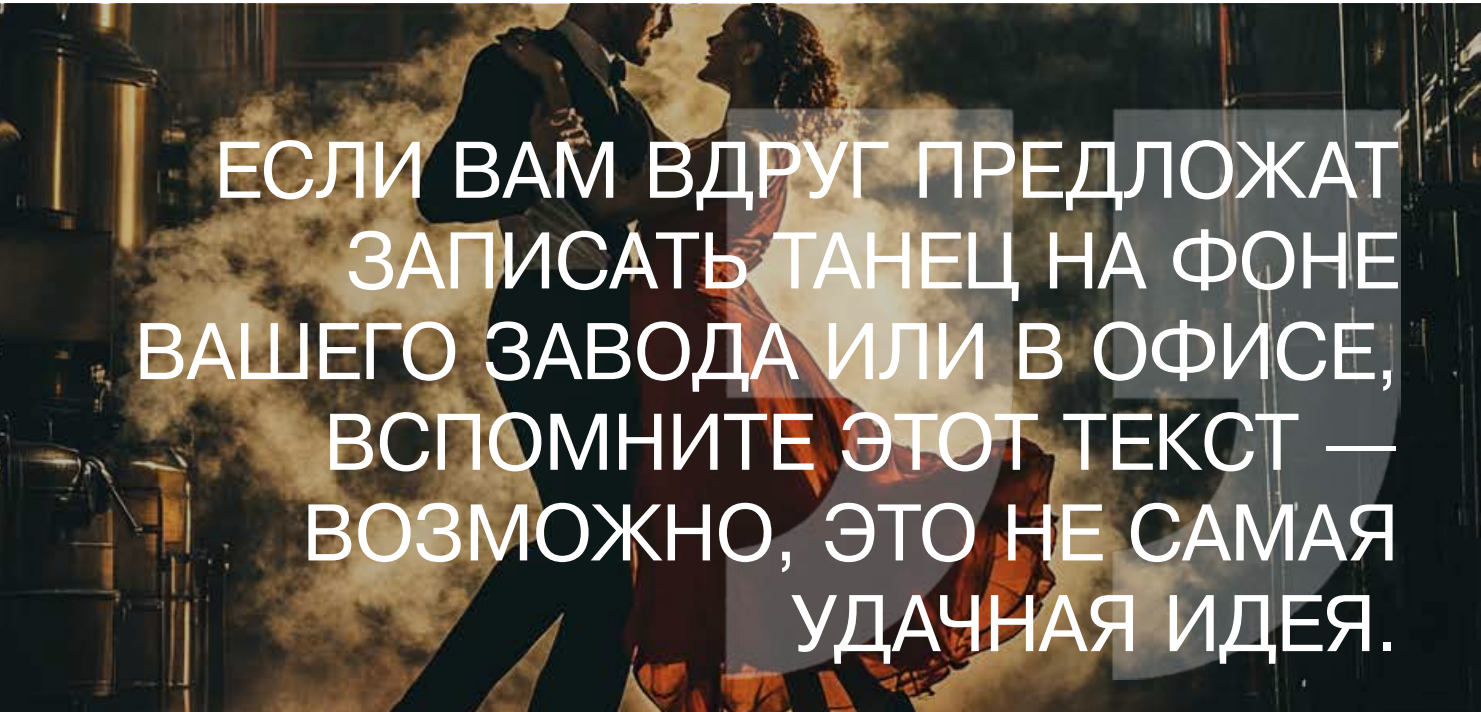
Нет, не затихнет. Соцсети — это не витрина, а живой диалог. И если на положительные комментарии никто не отвечает, а негатив игнорируется — аудитория почувствует себя обманутой. Нередки случаи, когда компания решает не комментировать жалобы клиентов. Результат? Под каждым новым постом десятки негативных комментариев — и даже на хорошие новости люди будут реагировать в духе: «А когда, наконец, решите проблему с упаковкой/сайтом/службой поддержки?». При этом порой на негатив отвечать не нужно — чтобы не «кормить хейтеров», каждый раз нужно оценить ситуацию — риски, последствия вступления в диалог. Как делать правильно: Комментарии — это возможность показать вовлеченность. На позитивные отклики отвечайте с благодарностью, а на критику — с тактом и готовностью решить проблему. Порой одно доброе слово от компании может развернуть даже самого сердитого комментатора в вашу пользу. Поэтому крупные бренды всегда тщательно отслеживают посты со своим упоминанием и оперативно на них реагируют. Если же негатив — это неконструктивный хейт, зачастую лучше не отвечать на него.

Игнорирование аналитики

Ошибочный подход: «Эти посты вроде заходят — давай делать такие же».

Без анализа показателей вы движетесь вслепую. Охваты, вовлеченность, клики на сайт — все это сигналы, которые помогают понять, что аудитория хочет видеть. Как делать правильно: Используйте аналитику как компас. Замечайте, какие темы, форматы и стили находят отклик к аудитории лучше всего, и развивайте их. Если аналитика показывает, что посты с историями о

клиентах вызвали больший интерес, чем посты с сухим описанием продукта или услуги, делайте упор на первые. Ошибки в соцсетях могут дорого стоить, но их легко избежать, если подходить к делу осознанно. Соцсети — это не спонтанные действия, а системная работа, в которой сочетаются креатив, аналитика, критический подход и здоровая доля самоиронии.



ЕСЛИ ВАМ ВДРУГ ПРЕДЛОЖАТ
ЗАПИСАТЬ ТАНЕЦ НА ФОНЕ
ВАШЕГО ЗАВОДА ИЛИ В ОФИСЕ,
ВСПОМНИТЕ ЭТОТ ТЕКСТ —
ВОЗМОЖНО, ЭТО НЕ САМАЯ
УДАЧНАЯ ИДЕЯ.

*Анна Чепракова,

Генеральный директор коммуникационного агентства **rupor agency**

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Эксклюзивно для **ИТРЕВЬЮ**

Ошибки исправить дорого

Не бойтесь регулярно чистить подписчиков, если они неактивны.

Ошибка №1. Бизнес ведёт соцсети сам, вместо того чтобы нанять специалиста

Самая первая ошибка, которую мы видим, когда к нам обращаются клиенты за аудитом, — это попытка вести соцсети самостоятельно. Особенно часто это встречается у начинающих бизнесов, индивидуальных предпринимателей и малого бизнеса. Они не хотят тратить бюджет на специалистов и выбирают стратегию “сами научимся”, прокачивая личный бренд, потому что так советуют на курсах и в соцсетях.

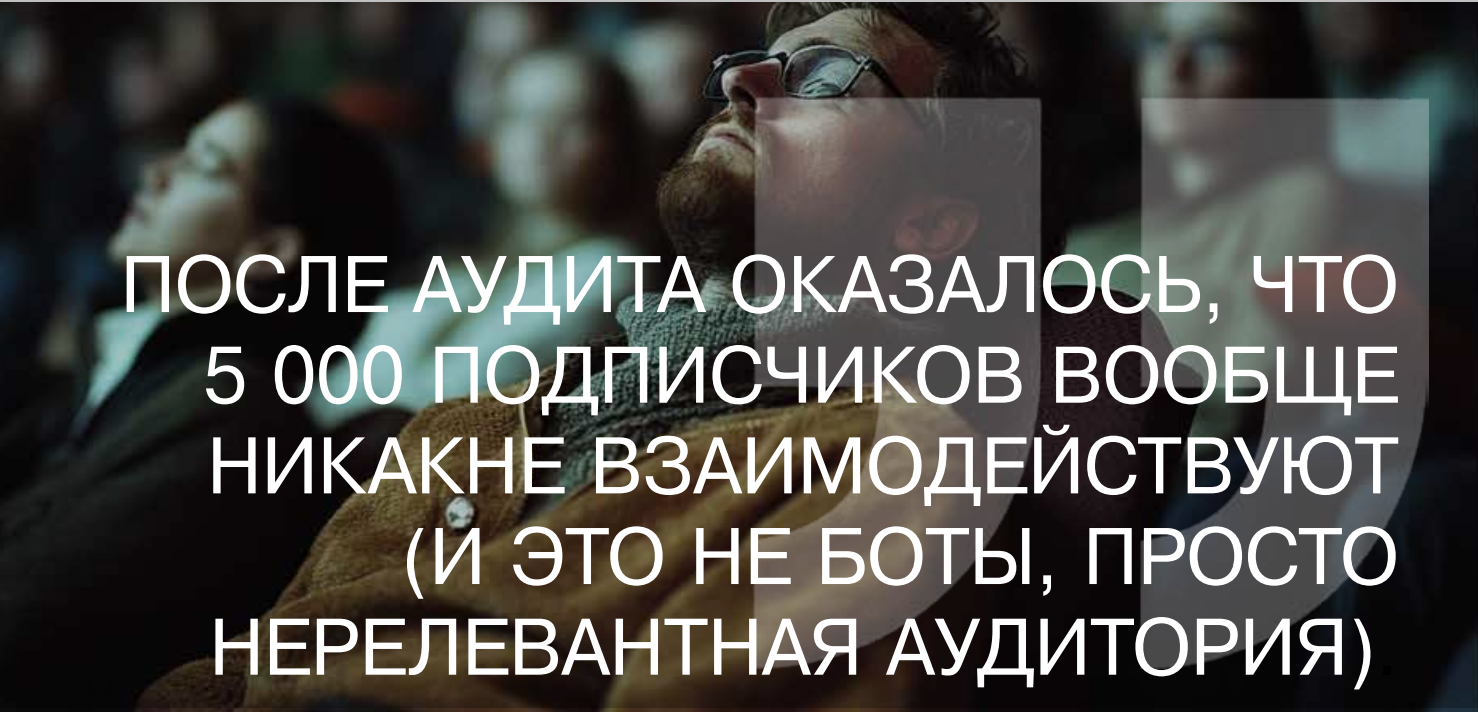
Но без опыта и комплексного подхода это приводит к тому, что:

- появляются нецелевые подписчики;
- набирается неактивная аудитория;
- отсутствует воронка продаж;
- таргетинг становится неэффективным, потому что алгоритмы соцсетей не понимают, кому показывать ваш товар.

Кейс: заказчик пришёл с 27 тысячами подписчиков в городе-миллионнике. По числу это было неплохо, но



Мария
Яковенко



ПОСЛЕ АУДИТА ОКАЗАЛОСЬ, ЧТО 5 000 ПОДПИСЧИКОВ ВООБЩЕ НИКАКНЕ ВЗАИМОДЕЙСТВУЮТ (И ЭТО НЕ БОТЫ, ПРОСТО НЕРЕЛЕВАНТНАЯ АУДИТОРИЯ)

В Instagram есть функция продвижения Reels на пробную аудиторию — это бесплатный аналог таргетинга. Но у клиента с фокусом на “чем больше подписчиков, тем лучше продажи” это не работало. Исправлять такие ошибки потом намного дороже, чем сразу выстроить стратегию правильно. К тому же соцсети не любят, когда подписчиков начинают удалять массово.

Ошибка №2. Компании ведут соцсети как блогеры, а не как бизнес

Даже опытные SMM-щики иногда допускают эту ошибку: ориентируются на лайки, охваты, делают контент вирусным, но забывают о продажах. Популярность ≠ прибыль. Ведение соцсетей бизнеса должно быть заточено на качество аудитории. Не бойтесь регулярно чистить подписчиков, если они неактивны. Есть специальные инструменты для этого.

Кейс: небольшая локальная служба доставки суши и пиццы. SMM-щик следовал популярным трендам, делал развлекательные видео, собирал тысячи просмотров, но на заказы это никак не влияло. После аудита и составления портрета целевой аудитории был внедрён контент с прогревом: рассказы о преимуществах блюд, работа с “вкусными” фото. В результате средний чек вырос на 25%, а конверсия подписчиков в клиентов значительно увеличилась.

Ошибка №3. Бизнес не знает свою целевую аудиторию

90% компаний описывают клиентов слишком обобщённо. Когда мы запрашиваем портрет целевой аудитории, часто получаем что-то вроде: “женщины 18-60 лет”. Но важны не только возраст и пол, а также:

- мотивация и триггеры принятия решений;
- география;
- образ жизни.

Кейс: бренд скандинавских тортов был уверен, что их заказывают только женщины. После запуска рекламных кампаний, ориентированных на мужчин (с акцентом на удобство, сытность, альтернативу сладким десертам), продажи выросли на 20% уже в первый месяц. Соотношение заказов сместилось с 80% женщин / 20% мужчин до 60% женщин / 40% мужчин.

Ошибка №4. Поверхностная аналитика

Компании делают выводы по верхушке айсберга. Например, если контент больше смотрят женщины, значит, обращаемся только к ним. Но это ошибка: возможно, мужчинам просто не давали релевантного контента.

То же самое касается времени публикаций. Компании смотрят: “Посты заходят лучше вечером, значит, будем постить только вечером”. Но не учитывают другие факторы: день недели, погоду, конкурентную активность.

Кейс: бренд одежды публиковал посты только вечером, считая, что женщины принимают решения о покупке в это время.

**ПОСЛЕ ТЕСТИРОВАНИЯ
ОКАЗАЛОСЬ, ЧТО ПУБЛИКАЦИИ
В ОБЕД ДАВАЛИ БОЛЬШЕ
ВОВЛЕЧЁННОСТИ И
КОНВЕРСИЙ.**

Перенос контент-плана увеличил продажи на 18%.

Ошибка №5. Слепое следование трендам

Компании массово копируют тренды, считая, что это привлечёт аудиторию. В результате:

- теряется идентичность бренда;
- контент становится однообразным;
- клиент перестаёт различать, у кого покупать.

Кейс: фитнес-студия активно использовала трендовые видео с популярными упражнениями. После перехода на экспертный контент (разборы техник, реальные истории клиентов, советы тренеров) вовлечённость упала на 20%, но конверсия в записи на тренировки выросла так, что пришлось ограничивать количество мест.

Ошибка №6. Контент не адаптирован под платформу

Компании часто заказывают видеографу один ролик и выкладывают его сразу в Instagram, TikTok и YouTube Shorts. Да, тестировать можно, но соцсети работают по-разному. Размазывать бюджет и аудиторию на все площадки сразу — дорого.

Мы рекомендуем клиентам:

- выбрать одну основную площадку и адаптировать контент под её алгоритмы;
- не гнаться за всем сразу, если нет бюджета на масштабное ведение.

Итог

Ведение соцсетей — это не “постики делать” и не “накрутить подписчиков”. Это система, где контент, реклама, аналитика и оффлайн-продажи работают вместе. Ошибки исправлять дорого, поэтому правильная стратегия с самого начала экономит бизнесу деньги и время.

*Мария Яковенко

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Билл и Килдалл

Источник: https://youtube.com/shorts/e_LbMWy7nag?si=CPrF4oRet4-c-SSg



В 1983 году программист Гэри Килдалл опоздал на судьбоносную встречу с IBM. Устав от бесконечных переговоров, он решил подышать воздухом и уехал кататься на мотоцикле, пропустив презентацию своей операционной системы SPM. В его отсутствие IBM выбрала MS DOS от Билла Гейтса. Этот случай изменил ход технологической истории. Майкрософт стала глобальным гигантом, а Килдалл остался в тени. Коллеги вспоминали, что он намеренно игнорировал IBM, считая их предложение неважным.

Он был настоящим пионером IT-сферы, создал первый персональный компьютер и революционную ОС. Ирония судьбы: когда Билл Гейтс купил особняк рядом с ним и неоднократно предлагал сотрудничество, Килдалл гордо отказывался, предпочитая работать над своими проектами. Даже став миллионером, он продолжал ездить на старом мотоцикле и преподавать в университете до конца жизни.

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Эксклюзивно для



Как я начала применять ИИ и его роль в будущем бизнеса

Введение

Искусственный интеллект уже не кажется чем-то далёким. Он стал таким же привычным инструментом, как интернет или смартфон. Мы используем его в работе, обучении, творчестве и повседневной жизни.

Я всегда следила за технологическими трендами и внедряла новые инструменты. Когда заговорили об ИИ, мне стало интересно, насколько он действительно полезен. Вместо теоретического изучения я начала тестировать его в реальных задачах.

ИИ — это не просто тренд, а рабочий инструмент, который уже меняет бизнес, рынок труда и подход к решению задач. Главное — научиться использовать его эффективно.

Как я начала применять ИИ

Я всегда интересовалась технологиями и быстро адаптировала новые инструменты в работе. Когда ИИ стал набирать популярность, я решила проверить, насколько он действительно полезен.

Первые шаги в использовании ИИ



Наталия Белоусова,

предприниматель,
совладелец множества
интернет-магазинов по
продаже различного рода
товаров

Вначале я протестировала ChatGPT в рабочих процессах.

- Подготовка к встречам и переговорам. ИИ помогает структурировать мысли, формулировать аргументы и прогнозировать вопросы собеседников.
- Генерация идей. Нестандартные решения приходят быстрее, если использовать AI как «мозговой штурм».
- Автоматизация рутины. ChatGPT помогает создавать шаблоны, упрощает написание текстов и структурирование информации.

Затем я попробовала применять ИИ в быту.

- Планирование покупок и рецептов. Можно просто ввести ингредиенты и получить готовый вариант ужина.
- Маршруты для путешествий. Вместо долгого поиска ChatGPT за секунды выдаёт продуманный план.
- Организация задач. Помогает составить список дел и расставить приоритеты.

ИИ оказался не просто удобным, а действительно полезным инструментом, который экономит время и делает жизнь проще.

ИИ уже меняет нашу жизнь

ИИ стал частью повседневности, даже если мы этого не замечаем.

Он управляет рекомендациями в соцсетях, помогает искать информацию, оптимизирует маршруты и автоматизирует бытовые задачи.

ИИ в повседневной жизни

- Поиск информации. Современные алгоритмы предлагают не просто ссылки, а готовые ответы, ускоряя доступ к данным.
- Образование. Онлайн-курсы используют ИИ для персонализации обучения, делая процесс эффективнее.

- Соцсети. Контент подстраивается под интересы пользователя.
- Творчество. Теперь любой человек может создавать графику, музыку и тексты, используя нейросети.

Как технологии меняют профессии

ИИ трансформирует рынок труда:

- Рутинные задачи автоматизируются. Некоторые профессии исчезают, поскольку их заменяют алгоритмы.
- Рабочие процессы ускоряются. Многие специалисты используют ИИ для повышения эффективности.
- Появляются новые профессии. Промпт-инженеры, AI-аналитики и специалисты по этике ИИ уже востребованы.

ИИ — не замена человека, а инструмент, который делает работу проще и продуктивнее.

Как ИИ влияет на стратегии компаний

ИИ не просто автоматизирует рутинные процессы, он меняет подход к бизнесу и управлению. Компании, которые раньше других внедряют AI-решения, получают преимущество, но важно понимать, как правильно его использовать.

Бизнес-модели становятся гибче

ИИ позволяет компаниям быстрее адаптироваться к рынку, тестировать новые гипотезы и предугадывать поведение клиентов. Алгоритмы анализируют тренды, упрощая принятие решений.

Индивидуальный подход в маркетинге

AI уже заменяет массовую рекламу на персонализированные предложения. Нейросети прогнозируют, что нужно клиенту, повышая эффективность продаж.

Новые подходы к обучению сотрудников

ИИ не только помогает автоматизировать работу, но и становится частью HR-процессов. Компании используют AI для персонализированного обучения, оценки навыков и построения карьерных треков.

AI как цифровой бизнес-партнёр

ИИ уже участвует в принятии решений, анализируя данные и предлагая оптимальные решения для управления финансами, логистикой и стратегией компании.

ИИ — это не просто технология, а инструмент, который трансформирует подход к ведению бизнеса, делая его гибче, умнее и эффективнее.

Вывод

ИИ уже стал частью повседневной жизни и бизнеса. Это не просто тренд, а инструмент, который ускоряет работу, помогает находить решения и делает рутинные процессы проще.

Я начала использовать ИИ из интереса, но быстро поняла, насколько он полезен. Он помогает не только в профессиональной деятельности, но и в быту, экономя время и повышая продуктивность.

ИИ будет продолжать трансформировать рынок. Новые технологии требуют адаптации, и те, кто освоит их быстрее, получают конкурентное преимущество. Главное — не бояться изменений, а учиться использовать ИИ в своих задачах.

ИИ — это не будущее, а настоящее. Чем раньше мы научимся с ним работать, тем больше возможностей откроем для себя.

*Наталья Белоусова, предприниматель, совладелец множества интернет-магазинов по продаже различного рода товаров

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Эксклюзивно для **IT РЕВЬЮ**

Осенний ProIT Network Fest: как это было?



26 октября в Санкт-Петербурге прошел ProIT Network Fest — главный фестиваль осени для IT-коммьюнити Петербурга. В атмосфере уютных баров Севкабель Порт собрались лучшие разработчики, стартаперы, инвесторы и международные эксперты, чтобы получить максимум пользы от нетворкинга в расслабленно-деловом формате.

На этот раз фестиваль проходил всего один день и включал четыре тематические секции: HypeLoad, Hiring, Network и GoGlobal. Последняя — международная — привлекла особое внимание аудитории благодаря необычному новому формату, объединившему и тему развития стартапов на зарубежных рынках, и English Speaking Club, и опытных иностранных спикеров. Выступления Чеда Хоуэра, бывшего регионального директора Microsoft, и Пола Кэрولا, эксперта по международным отношениям, вызвали оживленное обсуждение и получили множество положительных отзывов.

Большой интерес у публики вызвала секция HypeLoad, где горячо обсуждались темы китайского OpenSource, роли СТО в современных IT-компаниях, и конечно самый актуальный тренд этого года — будущее ИИ-технологий.

На ProIT Network Fest выступили представители ведущих компаний страны — MTS Startup Hub, Gitlife, Т-Банк, Habr, Wildberries, Yandex, а также представители

международных компаний, таких как Investing.com, Expera и Microsoft. InRack разыграли настоящий физический сервер и другие полезные призы, Т-Банк провели карьерные консультации а компания Expera организовала для участников программу “one day offer”, приглашая пройти собеседование всего в один этап прямо во время фестиваля.

“Если вы собираетесь на такие мероприятия, важно четко определить для себя, что вы от них хотите. Получить знания, завести новые знакомства или просто хорошо провести время — все это будет влиять на вашу активность. Однако, даже выбрав одну цель, вы наверняка получите всё вышеперечисленное, так как формат и организация мероприятия выстроены удачно. Лично я достиг своих целей: познакомился с интересными людьми, понял, как строить стратегию личного продвижения, отлично отдохнул. Поэтому летний ProIT Fest я запланировал как обязательное мероприятие для посещения”, - рассказал один из участников фестиваля.

“Этот фестиваль получился максимально соответствующим названию Network: собралось много лично мне знакомых людей, которые знают друг друга. Прикольный кейс, когда у нас на «Социальный капитал» пришла девушка-техпис, которая не знала, что идёт на Эрика Бурыкина из Яндекса, а её приятель как раз учился у него. И всё у нас в таком духе - кто-то через знакомых кого-то знает. У нас собралось классное комьюнити и классный нетверк. Связи вообще помогают собрать крутой фестиваль”, - поделилась Анна Афонина, креативный продюсер ProIT Fest.

Следующий ProIT Fest пройдет летом 5-6 июля 2025 года, а встречи комьюнити продолжатся в формате митапов, IT-ретритов и и популярных IT Speed Dating в течение всего года. Ранние билеты на следующий фестиваль уже доступны на сайте фестиваля по специальной цене.

Следите за новостями и будущими мероприятиями на официальных каналах фестиваля в Telegram и ВКонтакте, а также на сайте ProIT Fest!

ProIT Fest — это НЕклассическая НЕконференция. Интерактивные форматы, нетворкинг, игровые активности, темы на пике актуальности – каждая деталь фестиваля помогает создать открытый диалог между гостями, спикерами и организаторами.

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Эксклюзивно для

IT РЕВЬЮ

Сможет ли ИИ правильно отфильтровать репутацию менеджмента компании?

Можно ли и как находить подходящую работу с помощью ИИ. Что вы думаете об этом? Все чаще профессиональное сообщество на профильных конференциях и в СМИ, связанных с трудоустройством, рассказывает об использовании ИИ для поиска работы и сотрудников.

Интерес к возможностям искусственного интеллекта замечен как со стороны соискателей, так и со стороны работодателей. Сервисы по поиску работы и подбору персонала массовых специальностей при правильном применении ИИ потенциально могут получить ряд конкурентных преимуществ. Анализ рынка В первую очередь, безусловное преимущество ИИ состоит в возможности анализа большого объема данных, размещенных в резюме и вакансиях. На основе такой аналитики можно проследить динамику рынка труда в режиме реального времени.

Например, в некоторых случаях важно понимать, что поиск работы приходится на период активного найма или промежуток времени, когда у конкурентов наименьшая активность на рынке труда. ИИ сможет спрогнозировать среднее количество откликов на вакансию за первый месяц после ее размещения, оценивая содержание и ситуацию по схожим объявлениям.



Алексей Колосов,
старший консультант
консалтинговой компании
Sol Partners

В ПЕРСПЕКТИВЕ МОЖНО РАССЧИТЫВАТЬ НА СОЗДАНИЕ HEAT-MAP (ТЕПЛОВЫХ КАРТ) С НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАННЫМИ НАВЫКАМИ И ДОЛЖНОСТЯМИ.

Это поможет принимать максимально актуальные и корректные стратегические и управленческие решения. Для кандидатов аналитическая информация о текущем состоянии рынка труда также важна. Они могут выбрать наиболее подходящее время для перехода из одной компании в другую, определить причины низкого интереса со стороны организаций к резюме, оценить свои навыки для желаемой позиции, понять зоны роста. К тому же, функция карьерного консультирования с учетом имеющейся аналитики на основе ИИ позволит соискателям увидеть, где их опыт наиболее востребован, стоит ли присмотреться к другим направлениям бизнеса или производства. Кадровый скоринг

Во-вторых, с большим проникновением ИИ в HR станет возможна разработка различных скоринговых моделей. Это позволит работодателю или соискателю видеть совместимость резюме с конкретной вакансией. Всесторонний скоринг учитывает формальные признаки (написанные в резюме и объявлении) и паттерны поведения, в том числе и скрытые (например, соискатель откликается на вакансии в бирюзовых компаниях, а компания приглашает людей из компаний с красной корпоративной культурой). Совершенствуя свои продукты в данном направлении, сервисы по трудоустройству смогут позиционировать себя как наиболее быстрые и эффективные для поиска работы, поскольку они точно знают какие вакансии предлагать соискателю, а на какие вакансии шанс получить отклик будет наименьшим. Борьба с рутинной ИИ может стать эффективной заменой системы рекомендаций. Многие рекрутеры будут рады, если искусственный интеллект на основе полученных вводных качественно и быстро разберет накопившиеся отклики и отсортирует входящие резюме на категории от условного «надо звать на интервью» до «могу ошибиться, но, скорее всего, не подойдет». Это высвобождает дополнительный временной и человеческий ресурс HR для выполнения других, неавтоматизированных или не настолько линейных задач.

К тому же, ИИ-продукты могут выступать и в роли советника, который при разборе откликов заботливо выделит требующие внимания места и укажет HR-специалисту на них.

Помощник для кандидата Соискатели же смогут получить подборку из топ-10 вакансий дня из потенциально близких им компаний и оценить свои шансы на рассмотрение отклика. Также они смогут оптимизировать своё резюме, увидеть ошибки и слабые стороны, на которые укажет ИИ. Составить наиболее релевантное для позиции сопроводительное письмо. Думаю, в ближайшем будущем могут появиться продукты, предлагающие порепетировать собеседование и презентацию своих достижений, подготовиться к ответам на распространенные вопросы («Кем вы видите себя через 5 лет?»). Современные сервисы по поиску работы и сотрудников могут добавить связанные с ИИ функции в большинство своих разделов. И таким образом упростить жизнь одной из сторон, предоставлять данные, советы и рекомендации. Главное, чтобы мы не оказались в ситуации, когда ИИ пишет резюме и сам же их спустя мгновение разбирает, критикует и оценивает.

2. Многие компании в интервью УП похвастались тем, что их доморощенный ИИ, скрещенный с софтом, уже помогает им отбирать по резюме кандидатов? ИИ в подборе персонала Одно из очевидных направлений использования ИИ – подбор персонала массовых специальностей.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ, ВНЕДРЕННЫЙ В СОФТ КОМПАНИИ, УПРОЩАЕТ ПРОЦЕСС ОТБОРА РЕЗЮМЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КАНДИДАТОВ.

С одной стороны, мы видим в этой тенденции позитив, когда речь идёт о нативном взаимодействии с внутренней базой кандидатов. ИИ помогает упорядочить и отсортировать резюме, найти в них нужную информацию. **Но ИИ слишком «механистически» подходит к отбору резюме и опирается в большей степени на формальные признаки.** Это приводит к отсеву потенциально подходящих кандидатов. Всецело полагаясь на автоматический процесс, легко упустить кого-то по-настоящему уникального. К примеру, единственный и неповторимый идеальный кандидат, который не сумел подготовить резюме, адаптированное под требования ИИ, не попадет в выборку. Другой пример – оценка репутации. Сможет ли ИИ правильно отфильтровать репутацию менеджмента компании? Скажем, компания «А» в последние годы стала лидером рынка и законодателем моды. Повлияет ли этот факт на оценку топ-менеджмента? Тем временем на заводе «Б» продавали станки и сдавали в аренду пустующие площади – о таком руководитель в резюме не написал, но факт известен всему

рынку. Сможет ли это оценить ИИ? Особенно важно учитывать риск «механической» оценки при подборе руководителей и менеджеров высшего звена. Для некоторых редких и сложных позиций он превышает потенциальную выгоду от автоматизации. Таким образом, использование ИИ в подборе кадров приносит компаниям очевидные преимущества в скорости отбора, но алгоритмы ИИ могут не учитывать ряд важных факторов.

Поэтому наиболее эффективным выглядит сочетание автоматизированного и ручного анализа резюме. 3. Сбербанк уже давно проводит собеседования на позиции с помощью чат-бота, но прошло 2 года – и тишина. Ваш комментарий. Возможно, процесс уже настолько отточен и поставлен на поток, что здесь больше нечего обсуждать. Чат-бот эффективно проводит первичные интервью, работает в роли FAQ и отвечает на самые популярные вопросы («Где расположен офис? Соответствует ли оформление ТК РФ?»), заодно отсекает кандидатов, явно не подходящих по формальным признакам (например, если соискатель рассматривает только удалённую работу).

Технология справляется с задачами и больше не вызывает вау-эффект, а за два года инновация стала обычным инструментом. К тому же, мы видим, что чат-боты стали повсеместно использоваться другими банками и компаниями, стали доступнее и распространённые. О чём действительно было бы интересно услышать, так это о пользовательском опыте соискателей, прошедших (или не прошедших) интервью с чат-ботом. 4. Каким вы видите будущее ИИ и рекрутмента? Вероятно, в ближайшем будущем люди будут загружать свою трудовую книжку в условный ChatGPT, добавлять ссылку на вакансию и просить сделать идеально подходящее резюме. Полученные сотни и тысячи резюме разбирает ИИ с учётом требований, которые HR-специалист его же и попросил сформулировать. В итоге станет сложнее найти подходящего кандидата среди многообразия однотипных и шаблонных откликов, а ценность качественно проведённых интервью (особенно на руководящие роли) возрастет. Подобную тенденцию мы уже можем видеть на примере множества однотипных, сделанных на заказ, резюме. Оптимистичный сценарий далёкого будущего – всезнающий ИИ идеально определяет лучшего кандидата для конкретной роли с учётом и интересов соискателя и требований работодателя. Все поиски успешно завершаются после первого интервью. Но остаётся стойкое ощущение работы по распределению от ИИ

*Алексей Колосов,

старший консультант консалтинговой компании **Sol Partners**

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Эксклюзивно для **ИТ РЕВЬЮ**

Как использовать нейросети на всех этапах работы с клиентами: от лидогенерации до продаж

В современном бизнесе, где конкуренция растет с каждым днем, использование искусственного интеллекта (ИИ) становится не просто модным трендом, а необходимостью для выживания и процветания. ИИ уже прочно вошел в нашу жизнь и сфера продаж не стала исключением. Он помогает автоматизировать рутинные задачи, повысить эффективность работы менеджеров, оптимизировать процессы и, как следствие, увеличить конверсии на 3-5%. В этой статье Анна Кузнецова, эксперт по построению отделов продаж и основатель консалтингового агентства расскажет, как именно ИИ может помочь в лидогенерации и продажах.

ИИ в лидогенерации: системная работа над контентом

Лидогенерация — это фундамент любого успешного бизнеса. Сейчас актуальны бесплатные методы привлечения трафика, а именно короткие ролики в различных социальных сетях. По данным статистики 49% россиян смотрят вертикальные короткие видео каждый день, а 79% делятся ими с другими.

Но создание контента и стабильное увеличение аудитории требует больших усилий, времени и ресурсов. Кроме того, в 80% случаев контент-план постов и коротких видео создается из головы СММ-специалиста без учета анализа целевой аудитории и в режиме горящих дедлайнов. В итоге в лучшем случае получаем охваты, лайки, репосты и комментарии, но не получаем роста продаж и понимания, как масштабировать процесс привлечения рекламного трафика и увеличивать прибыль.



Анна Кузнецова,

Основатель
Кузница продаж



Чтобы контент приносил деньги, им нужно заниматься пошагово и системно. Для этого необходимо:

1. Создавать контент-план на основе глубокого анализа целевой аудитории, CustDev (исследования), комментариев и вопросов в соцсетях.

2. Каждая единица контента имеет четкую задачу: закрыть какую-то боль, потребность, возражение или страх.

3. Эффективность каждого поста оценивается с позиции: “Сколько потенциальных лидов и/или продаж принес этот пост?”

4. Делать выводы на основе анализа, корректировать темы контента на самые эффективные и повторять процесс заново.

Искусственный интеллект предлагает новые возможности для автоматизации и оптимизации этого процесса.

Примеры помощи ИИ в лидогенерации

- Таргетинг и сегментация.

ИИ анализирует огромные массивы данных (социальные сети, поисковые запросы, данные CRM) для выявления потенциальных клиентов. Он позволяет более точно сегментировать аудиторию и показывать рекламу только тем, кто с наибольшей вероятностью станет вашим клиентом.

- Автоматизация контент-маркетинга.

ИИ может генерировать контент (тексты, статьи, посты), который будет привлекать потенциальных клиентов. Он может анализировать тренды и запросы пользователей, предлагать им релевантную информацию.

- Reels-завод на основе нейросети.

ИИ собирает все ролики конкурентов со всей статистикой и создает сценарии на основе анализа вашей аудитории и анализа самых эффективных роликов конкурентов. Он позволяет генерировать видео с помощью цифрового аватара без вовлечения собственника и с минимальными инвестициями времени и денег. А также автоматически запишет и проанализирует все метрики вышедших видео.

Итого инвестиции на 30 роликов	35.000 рублей (1 ролик = 1.166 руб.)
Итого инвестиции на 60 роликов	50.000 рублей (1 ролик = 833 руб.)
Итого инвестиции на 90 роликов	65.000 рублей (1 ролик = 722 руб.)

Таблица 1. Операционные расходы на создание Reels-завода.

Публикации							
Все Новые На согласование В работе Обработаны Не одобрены Охваты Статус: Новое Дата публикации: This year							
Статус	Ал	Заголовок публикации	Дата п...	# Охваты	# Репосты	# Комментарии	# Лайки
Новое		Необычные факты про нас: - Мастера спорта по балльным танцам - Вхо	29/09/2024 1:	10,380,094	106,286	3,220	677,164
Новое		Тост отца на свадьбе #гребенок #михаилгребенок #отношения #от	29/10/2024 1:	5,242,102	57,293	264	137,157
Новое		Эксперимент над отношениями Этот подкаст выходил год назад, по	27/10/2024 2:	4,568,644	101,410	1,882	245,144
Новое		Момент, когда понял что «Она - та самая» Полный подкаст найдете в	25/09/2024 0:	4,003,061	25,481	541	108,939
Новое		Если у вас синдром самозванца - вспомните эту историю Каждый	25/11/2024 1:	3,888,532	8,335	814	95,813
Новое		Лучше всех работают те, кому это действительно НАДО А теперь об	09/11/2024 2:	2,814,581	29,865	909	59,215
Новое		Что нужно для найма? Соблюдайте два правила: 1. Собеседование не	29/03/2024 1:	2,682,616	22,834	853	29,619
Новое		Как решать любые конфликты в семье #михаилгребенок #гребенок	23/09/2024 1:	2,442,443	48,584	162	78,596
Новое		Чтобы выйти из кризиса, решить проблемы и вырасти нужно выключи	10/11/2024 2:	2,419,657	1,899	179	26,234
Новое		Так работает проверка от вселенной: действительно ли ты этого хоч	20/11/2024 1:	2,227,290	5,677	180	36,998

Таблица 2. Анализ роликов конкурентов с помощью Reels-завода и нейросетей

- Персонализация.

ИИ может рекомендовать конкретные продукты, которые с наибольшей вероятностью заинтересуют клиента, основываясь на его предыдущих просмотрах, покупках или запросах. Например, вы — владелец интернет-магазина одежды и используете ИИ для улучшения продаж на главной странице сайта.

Ситуация	Клиент посещает ваш сайт впервые
Действие ИИ	ИИ анализирует данные о популярных товарах, текущих трендах и на основе гео-данных выводит на главной странице блок “Рекомендации для вас” с несколькими категориями товаров, например, “Тренды этого сезона”, “Новинки”, “Популярные товары вашего региона”.
Результат	Клиент сразу видит подборку товаров, которые могут его заинтересовать. Так повышаются шансы на просмотр большего количества страниц и совершения покупки.

Таблица 3. Использование ИИ для улучшения продаж на главной странице сайта.

- Аналитика.

ИИ анализирует историю взаимодействий с лидами, прогнозирует их дальнейшее поведение и определяет, на каком этапе воронки продаж требуется больше внимания.

Ситуация	Лид находится на стадии “квалификация” и менеджер запланировал звонок.
Действие ИИ	ИИ анализирует историю взаимодействия лида с компанией (просмотры сайта, скачивание бесплатных материалов, участие в вебинаре, переписка с менеджером) и прогнозирует вероятность его перехода на следующий этап.
Результат	Менеджер может скорректировать свой подход, подготовить более релевантную презентацию или предложить дополнительные материалы, чтобы повысить вероятность перехода лида на следующий этап.

Таблица 4. Прогнозирование поведения лида на разных этапах воронки продаж с помощью ИИ.

С помощью искусственного интеллекта работа над контентом становится более автоматизированной, системной и не требует постоянного вовлечения собственника бизнеса, эксперта и SMM-специалистов.

ИИ в продажах: повышение эффективности и рост конверсии на 3-5%

После привлечения лидов следующим шагом является их конвертация в реальных клиентов. От качества работы менеджеров по продажам напрямую зависит ваш бизнес и доход. Но даже опытные специалисты могут допускать ошибки, которые приводят к потере клиентов.

5 распространенных ошибок менеджеров по продажам, которые приводят к потере прибыли

1. Нарушение скрипта.

Отступление от проверенного скрипта часто приводит к потере контроля над разговором и снижению эффективности. Менеджер может забыть о ключевых вопросах, не донести важную информацию или запутаться в аргументах.

2. Слабая работа с возражениями.

Неумение эффективно отрабатывать возражения клиентов — одна из главных причин потери сделок. Менеджер должен уметь слушать, понимать нужды клиента и находить убедительные аргументы.

3. Невнимательность к клиенту.

Отсутствие внимания к потребностям и особенностям клиента является серьезной ошибкой. Менеджер должен быть сосредоточен на клиенте, задавать наводящие вопросы и устанавливать доверительные отношения.

4. Затянутые разговоры.

Слишком длинные и излишне детализированные разговоры утомляют клиентов и снижают вероятность заключения сделки. Менеджер должен уметь эффективно и компактно донести информацию.

5. Недооформление сделок.

Неправильное или неполное оформление сделки может привести к проблемам в будущем. Менеджер должен тщательно проверять все документы и убедиться, что все условия сделки четко прописаны.

Каждая такая ошибка менеджера каждую секунду ворует ваши деньги. Давайте посчитаем. Если исправить эти ошибки, то конверсия сразу же вырастет на 3-5%. Допустим, один продукт приносит выручку 2 000 000 рублей в месяц, т.е. вы заработаете сверху от 720 000 до 1 200 000 рублей. Просто подумайте в цифры. Вы теряете миллион рублей в месяц на ошибках менеджеров. А если у вас несколько продуктов?

Постоянный контроль и анализ работы менеджеров необходимы для повышения эффективности отдела продаж. Но выявить такие ошибки самостоятельно может быть очень сложно.

Для этого в бизнесе нужен отдел контроля качества, который слушает звонки ваших менеджеров, оценивает их и выдает отчеты. И здесь искусственный интеллект также играет важную роль, предоставляя инструменты для оптимизации продаж.

Примеры помощи ИИ в отделе продаж

- Умные CRM-системы.

ИИ-CRM помогают менеджерам по продажам отслеживать взаимодействие с клиентами, напоминать о важных встречах и задачах, предлагать лучшие тактики продаж для каждого конкретного клиента.

- Анализ звонков и переписок (отдел контроля качества на основе ИИ).

ИИ-ОКК может отслеживать, как менеджеры общаются с клиентами, какие фразы они используют, какие возражения обрабатывают и как часто закрывают сделки. На основе этого он может давать рекомендации по улучшению скриптов и навыков продаж сотрудников.

Низкая себестоимость: 1,5 руб. за звонок
Проверка 100% звонков
Оценка звонков по 5-балльной системе
Находит скрытые связи между действиями менеджеров и результатами продаж
Дает рекомендации: от корректировки скриптов до целенаправленного обучения сотрудников

Преимущества ИИ-ОКК

Характеристика	Человеческий ОКК	ИИ-ОКК
Объективность	Субъективна, зависит от опыта и настроения контролера.	Полностью объективна, оценивает по заданным параметрам.
Проверка звонков	Ограничена ресурсами (5-10%), выборочная.	Оценка 100% звонков.
Время работы	Ограничено рабочим днем и человеческими возможностями.	Работает 24/7 без перерывов.
Себестоимость	Высокая: Зарплата: 30 000/чел. + налоги, обучения и т.д.	Низкая: 1,5 рубля за оценку одного звонка.
Автоматические рекомендации	Отсутствуют или ограничены.	Автоматически генерирует рекомендации по улучшению скриптов и работы менеджеров.
Постоянство качества	Подвержено человеческому фактору (усталость, болезни).	Постоянно высокое качество работы.
Масштабируемость	Сложно масштабировать, требуются дополнительные ресурсы.	Легко масштабируется, обрабатывает любое количество звонков.

Преимущества ИИ-ОКК

- Автоматизация рутинных задач.

ИИ может автоматизировать многие рутинные задачи менеджеров (заполнение отчетов, создание документов, напоминания о встречах), освобождая их время для более важных задач, таких как общение с клиентами.

- Прогнозирование продаж.

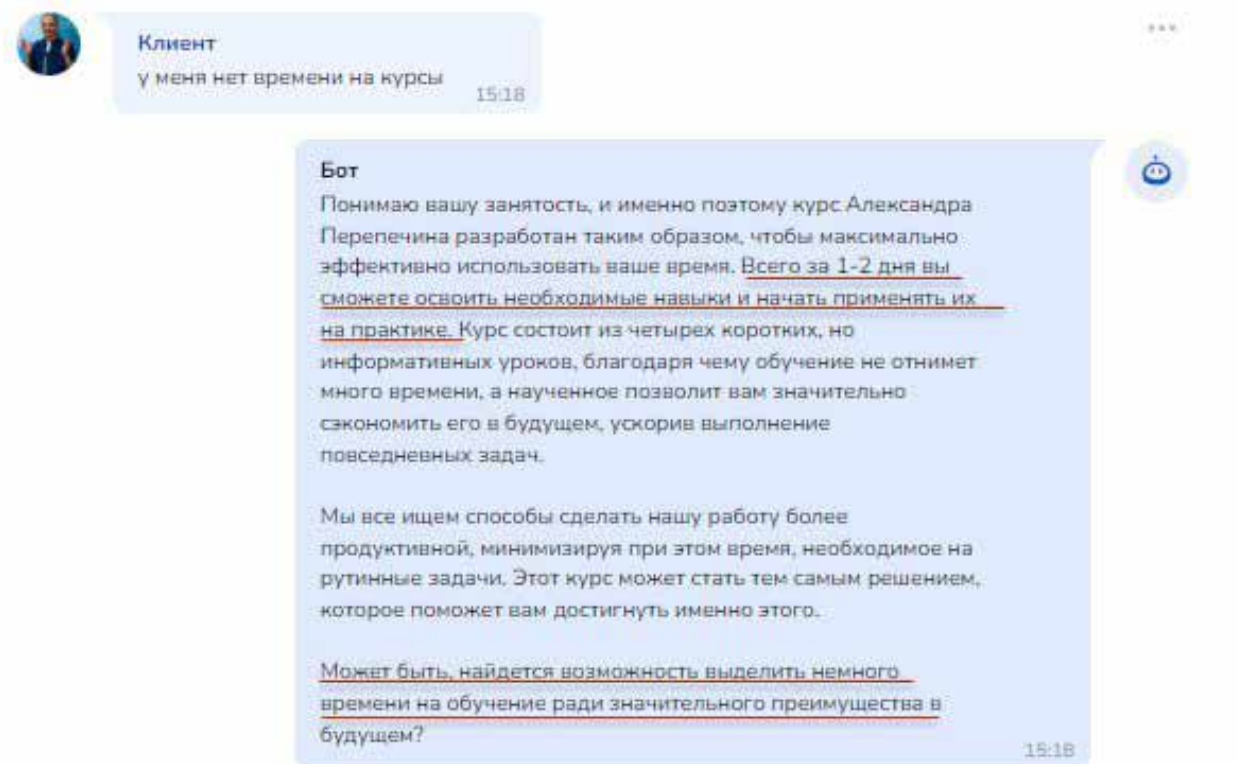
ИИ может прогнозировать, какие продукты будут наиболее востребованы в следующем месяце, помогая компании подготовиться к увеличению спроса.

- Персонализация предложений.

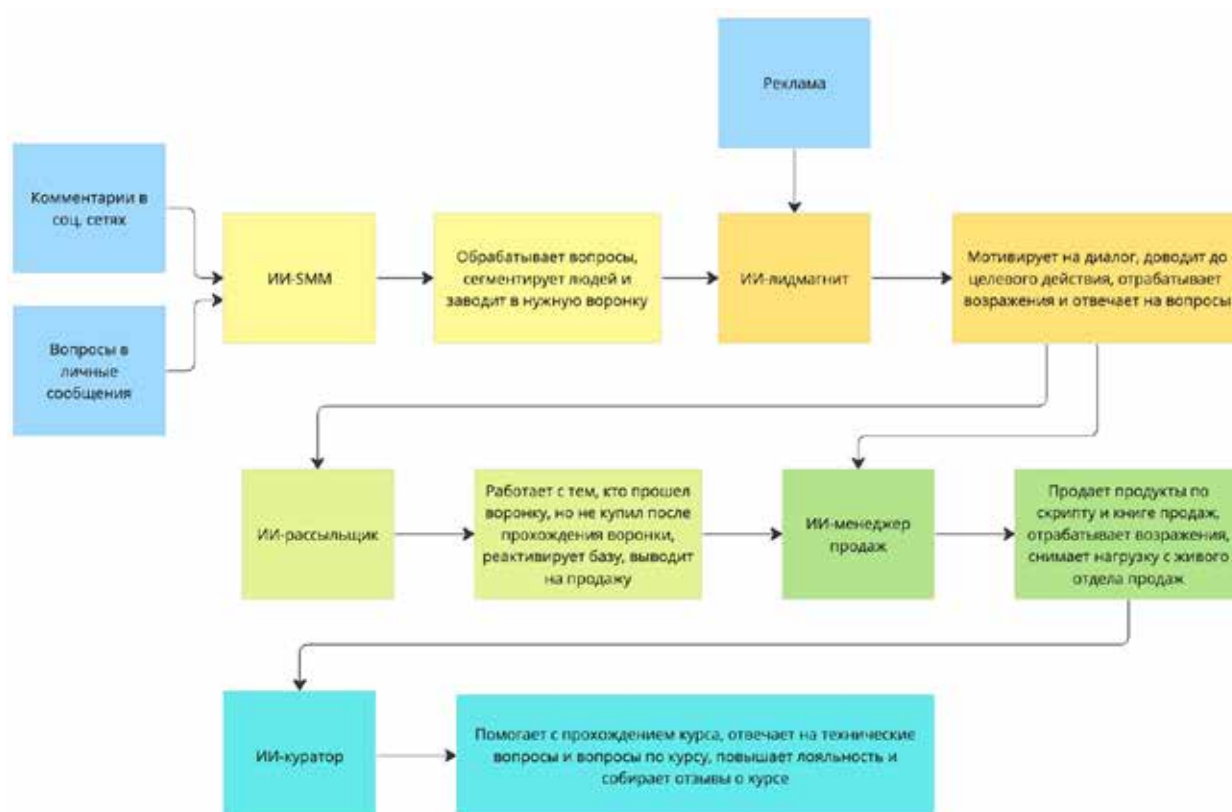
ИИ помогает создавать персональные предложения для каждого клиента на основе анализа его потребностей и истории взаимодействия с компанией.

- Чат-боты и виртуальные ассистенты.

ИИ-боты 24/7 работают на вашем сайте и в социальных сетях, отвечают на вопросы потенциальных клиентов, собирают их контактные данные и квалифицируют лидов.



Пример работы чат-бота



Пример внедрения ИИ-помощников в проект по инвестициям

Заключение

Использование искусственного интеллекта в лидогенерации и продажах — это не будущее, а настоящее. ИИ предоставляет компаниям мощные инструменты для привлечения новых клиентов, оптимизации процессов продаж, повышения эффективности работы менеджеров и, как результат, увеличения прибыли от 5% и выше.

Для того, чтобы успешно внедрить ИИ в своем бизнесе, необходимо начать с анализа своих текущих процессов, определить, где именно ИИ может принести наибольшую пользу, и постепенно внедрять соответствующие инструменты и технологии. В результате вы сможете не только повысить эффективность своих продаж и получить конкурентное преимущество на рынке, но и сэкономить свое время и деньги.

* Анна Кузнецова,
Основатель **Кузница продаж**

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Эксклюзивно для **ИТРЕВЬЮ**

Huawei & Троянский конь?

Источник:
HdZrd5ivVSM?si=Ua4roE_EgPr1-cyf

https://youtube.com/shorts/HdZrd5ivVSM?si=Ua4roE_EgPr1-cyf



Американцы оказывали и продолжают отказывать давление на Huawei. Компания Huawei – национальный чемпион. Которая начинала с простых девайсов, модемов для интернета и постепенно они дошли до того, что они стали делать базовые станции для сетей 3G, 4G и 5G. А базовые станции для 5G на очень хорошем уровне умеют делать в мире только три компании: Huawei, Ericsson и Nokia. И очень многие правительства разных стран и телеком-компании начали закупать эти базовые станции и ставить свои сотовые сети. На что американцы всполошились, полагая, что эта компания с китайским участием под влиянием китайского правительства может передавать данные, которые по этим сетям перетекают Китаю. И это будет Троянским конем. Именно поэтому началась такая большая кампания по удушению Huawei

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Эксклюзивно для



Одним из самых интересных и перспективных направлений я считаю автономных ИИ-агентов

BARS Agency использует искусственный интеллект для управления репутацией, анализа данных, автоматизации процессов и создания AI-агентов под любые задачи. Мы помогаем бизнесам улучшать имидж, оптимизировать операции и повышать эффективность с помощью передовых ИИ-решений.

ИТ РЕВЬЮ

А что сейчас вы считаете для искусственного интеллекта и бизнеса, наиболее перспективным?

Одним из самых интересных и перспективных направлений я считаю автономных ИИ-агентов, таких как Devin. Это первый в мире ИИ-инженер, который работает как полноценный цифровой сотрудник. Его можно “нанять” за 500\$ в месяц для выполнения задач: он самостоятельно разбивает проект на этапы, пишет код, тестирует его и исправляет ошибки. Devin способен работать автономно, пока задача не будет выполнена.

Такие решения открывают новые возможности для бизнеса: они сокращают затраты на разработку, ускоряют процессы и позволяют сосредоточиться на стратегических задачах. В будущем подобные ИИ-агенты могут стать неотъемлемой частью команд, особенно в сферах, где требуется высокая автоматизация и точность.



Сергей Рабусов,
BARS Agency

ИТРЕВЬЮ А по времени исправлять его ошибки сколько это может занять ?

— Время, которое Devin тратит на выполнение задач, зависит от их сложности и текущей загрузки. Иногда он справляется с простыми задачами за несколько часов, а в других случаях решает сложные проблемы всего за 5 минут. Например, в нашей работе мы используем среду разработки Cursor с поддержкой ИИ. Она позволяет быстро анализировать базы данных, находить ошибки и предлагать решения. ИИ действительно обрабатывает информацию гораздо быстрее человека, но важно понимать, что окончательный контроль всегда остаётся за разработчиком. После анализа мы обязательно проверяем результаты, чтобы убедиться в их точности и корректности. Это особенно важно для сложных проектов, где каждая деталь имеет значение.

ИТРЕВЬЮ А какие исправления он вносит?

— Devin может вносить исправления, которые не всегда очевидны или ожидаемы.

Например, он иногда удаляет или заменяет части кода, которые считает лишними, даже если это не было явно запрошено. Такие решения могут быть избыточными или не совсем точными, и пока даже наши промпт-инженеры не всегда понимают, как точно настроить его, чтобы избежать подобных артефактов. Это одна из причин, почему Devin пока не может полностью заменить человека. Его работу всегда нужно проверять и корректировать, особенно в сложных проектах, где важна каждая деталь. Кстати, недавно появилась новость о проекте Stargate, который анонсировали при участии крупных компаний, таких как Microsoft, OpenAI и Oracle. Это амбициозная инициатива, направленная на создание следующего поколения супер-ИИ. Такие проекты показывают, насколько огромен потенциал искусственного интеллекта и как быстро эта сфера развивается.

*Сергей Рабусов, BARS Agency

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Эксклюзивно для **ИТРЕВЬЮ**

10 критичных ошибок в Telegram-канале компании, из-за которых нет продаж

Telegram-канал может быть самым сильным каналом продаж, если его правильно выстроить.

Но большинство бизнесов ведут канал просто для галочки — без логики и понимания маркетинговой воронки. В этой статье разбираем ключевые ошибки, которые мешают бизнесам получать клиентов из Telegram.

Ошибка 1. Нет цели и понимания роли канала

Канал существует сам по себе. Постят, потому что «так надо» или «все ведут». При этом никто из команды — ни маркетолог, ни редактор — не может ответить на простой вопрос: какую роль канал играет в продажах? Подогревает интерес? Закрывает возражения? Продаёт напрямую?

Если ответ не очевиден, контент будет разрозненным и бесполезным. Целевая аудитория не понимает, зачем ей подписываться на такой канал.

Пример: у компании — сложная услуга, требующая доверия. В таком случае задача канала — прогрев. Это значит, нужно публиковать кейсы, комментарии эксперта, закрывать типовые возражения.

Ошибка 2. Нет поста-закрепа с оффером и конвертирующим сценарием



Максим Фёдоров,
основатель - Лаборатория
Telegram-рекламы

У многих каналов нет закреплённого поста. Или он есть, но выглядит как приветствие или «краткая история компании». Без кнопок, оффера, лид-магнита, ссылок на кейсы и отзывы. Между тем, закреп — это полноценный лендинг, который должен продавать. Подписчик заходит в канал, переходит в пост-закреп — и именно там должен быть мощный оффер и понятный путь к действию. Если закреп оформлен правильно, он даёт до 50% всех заявок с канала. Если он пустой или слабый — теряется половина результата.

Ошибка 3. Каждый пост не выполняет функцию

Контент ради контента — пустая трата времени. Каждый пост должен что-то делать: объяснять, доказывать, сравнивать, разрушать возражения, предлагать решение, усиливать доверие, переводить на действие. Это — основа результативного контент-маркетинга.

Плохой пример: пост «Наша команда выехала на замер. Всё прошло отлично». Ни смысла, ни пользы, ни действия. Хороший пост: «Почему замер перед ремонтом важнее визуализации. 3 ошибки, которые мы видим у конкурентов». В конце — призыв оставить заявку на бесплатный замер.

Ошибка 4. Слабое оформление постов



**СТЕНА ТЕКСТА БЕЗ АБЗАЦЕВ,
ЗАГОЛОВКОВ И СТРУКТУРЫ —
ТЯЖЕЛО.**

Перебор с эмодзи, гифками и криками — ещё хуже. Идеальный пост в Telegram — это пост в формате компактного лендинга: заголовок, вводный абзац, блоки с подзаголовками, призыв к действию. Читается легко, работает эффективно.

Оформление решает: даже сильный текст теряется без структуры. А простой текст в правильной подаче работает лучше, чем сложный — но «комом».

Ошибка 5. Нет воронки перевода из подписчика в лида

Подписчик почитал, подумал: «Хм, интересно» — и ушёл. Почему? Потому что нет сценария. Нет кнопки, нет повода нажать, нет мотивации действовать. Telegram — не сайт: здесь нет верхнего меню и блока контактов. Здесь всё завязано на контент.

Каждое сообщение должно куда-то вести. Лид-магнит, кнопка в чат-бот, прямой переход в диалог с отделом продаж. Иначе трафик просто сливается.

Ошибка 6. Канал не отстраивается от конкурентов

Один шаблон, один тон, одна подача. Как у всех. Таких каналов — десятки, если не сотни. Уникальность не чувствуется, личность не слышна. И, как результат, даже хорошие посты не запоминаются. Подписчик не может пересказать, «в чём фишка» этого канала.

Хороший канал выделяется даже заголовками. Даже визуально — по структуре, стилю, слову. Это не про шутки, а про характер. У канала должен быть голос.

Ошибка 7. Контент интересен автору, а не подписчику

Многие пишут о том, что «хочется рассказать». А надо — о том, что волнует клиента. Контент создают не для себя, а для аудитории. Её нужно чувствовать: боли, сомнения, желания. Это и есть основа эффективности.

Пример: вместо «мы теперь работаем с новым подрядчиком» — лучше «сравнили, чем наши условия лучше тех, что выдают обычные агенты». Там, где пользователь узнаёт себя — там и включается интерес.

Ошибка 8. Непрозрачный путь к заявке

Пользователь прочитал — и не понял, куда писать. Нет кнопки, ссылки, бота, формы. Или они есть, но запрятаны не пойми где. Сценарий взаимодействия должен быть очевидным.

Каждому основному посту нужен чёткий СТА. Не всегда жёсткий — можно деликатный. Главное — чтобы человек понял, что дальше.

Ошибка 9. Нет связки между контентом и рекламой

Часто SMM-специалист пишет посты на своё усмотрение, а таргетолог отдельно запускает рекламу тоже как придётся. Без синхронизации. А ведь Telegram Ads позволяет «приземлять» аудиторию прямо на конкретные посты. И если в этих постах нет оффера, выгоды, сценария — результат страдает.

Посты под трафик должны быть как посадочные страницы. Чёткий заголовок, выгода, решение, кнопка, движение. Важно согласовывать действия внутри команды, чтобы таргетолог сообщал SMM-специалисту или копирайтеру какие ему нужны посты для рекламы, а специалист разрабатывал контент-план в тандеме с таргетологом.

Ошибка 10. Посты «для галочки» и формальные праздники

«С добрым утром», «С Днём строителя», «Хорошей недели!» — весь этот контент не даёт результата. Его не сохраняют, не шлют друзьям, не кликают. Это только провоцирует отписки. Но ещё хуже — снижает эффективность рекламы, которую вы льёте на канал из Telegram Ads или других источников.

Поздравить с праздником можно, но с привязкой к продукту. Если у вас агентство недвижимости — поздравьте с 23 февраля через пост «5 самых мужских квартир в нашей базе». Покажите квартиры-студии. Это и по теме, и с юмором, и работает на продукт.

Вывод: Telegram-канал — это не просто лента постов. Это воронка продаж. Оформите канал как лендинг, продумайте сценарий, выведите подписчика на целевое действие — и канал начнёт приносить заявки и клиентов.

***Максим Фёдоров,**
основатель - Лаборатория Телеграм-рекламы

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Эксклюзивно для **IT РЕВЬЮ**

Сотрудники могут умышленно или по неосторожности стать источником утечек

ИТ РЕВЬЮ Какие вызовы стоят перед компаниями в области информационной безопасности при автоматизации HR-процессов? Как выявить уязвимости в процессах и предотвратить утечки данных??

Сценарии утечек данных для HR-систем во многом схожи с любыми IT-продуктами: это защита серверов, обеспечение безопасности персональных данных в приложениях, ограничение доступа сотрудников к данным. Часто небольшие компании пренебрегают этими мерами, открывая доступ всем, что значительно повышает риски.

Отдельный вызов — использование зарубежного программного обеспечения. При уходе таких решений с рынка данные, хранящиеся в них, могут быть утеряны, что также связано с информационной безопасностью, хотя и не с утечками в привычном смысле.

Важной проблемой остается человеческий фактор. Сотрудники могут умышленно или по неосторожности стать источником утечек.

Например, уволенные сотрудники забирают клиентские базы или другие конфиденциальные



Сергей Красильников,
Директор по персоналу
Frank auto

данные. Подобные случаи нередко встречаются и являются более распространенной угрозой, чем взломы, хотя и они тоже случаются.

Для минимизации рисков важно:

- Ограничивать права доступа и возможности копирования данных.
- Ужесточать проверки при приеме на работу, включая сбор рекомендаций от предыдущих работодателей.
- Контролировать использование данных внутри компании.

Однако полностью исключить угрозы невозможно. Если человек нацелен на кражу информации, он, вероятно, найдет способ. Поэтому подход к безопасности должен быть комплексным: сочетать технические меры, контроль за сотрудниками и продуманную кадровую политику.

Мы в FRANK AUTO внедриli многоступенчатую проверку открытия и закрытия доступов нашим сотрудникам, чтобы избежать возможных утечек. Также все процессы, связанные с Клиентским путем и Кадровыми документами, автоматизированы, чтобы избежать потерь и утечек.

Как на начальных этапах выявить сотрудников, которые могут представлять угрозу безопасности, особенно в отношении персональных данных клиентов?

— Один из самых эффективных методов — это запрос обратной связи у предыдущих работодателей. Если такая возможность есть, ее стоит использовать. Если нет, можно постараться найти информацию другими путями. Если человек однажды нарушил правила, вел себя ненадежно, есть высокая вероятность, что он повторит свои действия.

Кроме того, некоторые компании используют полиграф при приеме на работу. Однако это не дает стопроцентной гарантии. Некоторые кандидаты могут обмануть прибор, и даже если полиграф работает корректно, его использование не всегда законно или этично, особенно если оно является обязательным этапом.

Это также может негативно повлиять на процесс найма, снижая привлекательность компании для потенциальных сотрудников, если они имеют выбор между двумя предложениями.

Некоторые компании могут пытаться получить информацию о кандидатах нелегальными методами, но это, конечно, не только неправильный путь с точки зрения закона, но и далеко не гарантирует получения нужной информации.

Лучше всего полагаться на комплексный подход: проверку рекомендаций, анализ прошлых ошибок.

Для реализации правильных и законных методов оценки мы в Компании FRANK AUTO разработали и приняли Регламент по подбору персонала. Теперь каждый знает, что ему нужно делать, чтобы снизить вероятность ошибки.

ИТ РЕВЬЮ Какие подходы помогают сохранить баланс между конфиденциальностью, безопасностью и доверием сторон?

— При наличии двух офферов, человек, скорее всего, выберет тот, где меньше сложностей. Это не означает, что он что-то скрывает или имеет недобрые намерения. Это обычное человеческое поведение.

Баланс здесь скорее философский вопрос — где грань между доверием и чрезмерным контролем? Законодательство в большей степени защищает права сотрудников, и это смещает баланс в их сторону. Работодатель при этом тоже вправе защищать свои данные и устанавливать проверки. Это не разрушает баланс, а скорее выравнивает его.

Важно понимать, что контроль не должен переходить в крайности. Постоянный мониторинг действий сотрудников и запросы бесконечных отчетов — это уже нездоровая практика. Вместо этого речь идет о разграничении прав доступа: сотрудник не видит зарплаты коллег или клиентскую базу, если это не входит в его обязанности. Это нормальный и оправданный подход.

В большинстве случаев работодатели не заинтересованы в гиперконтроле, если речь идет о здоровых рабочих отношениях. Единичные случаи чрезмерного контроля скорее свидетельствуют о нестандартной корпоративной культуре или специфике компании, но они не являются нормой.

Зачастую такие нюансы отражаются в корпоративной культуре компании.

Мы в FRANK AUTO прописали корпоративную культуру и активно ее внедряем, чтобы подсказать руководителям, какие подходы приемлемы, а какие нет.



Как обеспечить безопасность при взаимодействии с внешними провайдерами: фрилансерами, подрядчиками, кадровыми агентствами и другими?

— Один из инструментов — это договоры NDA. Однако, давайте честно: доказать убытки или недополученную прибыль из-за разглашения информации крайне сложно. Судебных дел по таким вопросам немного, и правоприменительная практика, на которую можно уверенно опираться, практически отсутствует.

Поэтому основной подход — минимизация рисков с самого начала. Лучше изначально не допускать утечек, ограничивая доступ к конфиденциальным данным. Подрядчикам стоит предоставлять только ту информацию, которая необходима для выполнения их задач. Бывают ситуации, когда подрядчикам дают доступ к внутренним системам, создают учетные записи как для сотрудников. Это ошибка. Чем больше доступов, тем выше риск.

При этом, если подрядчик — юридическое лицо, риск утечек информации ниже: такие компании дорожат своей репутацией и вряд ли сознательно пойдут на нарушение. Но это не повод для полного доверия — доступ к данным всегда должен быть строго ограничен.

Что касается кадровых агентств, их обязанности можно четко прописать в договоре. В интернете есть множество шаблонов, которые помогут обезопасить компанию, в том числе от ситуаций, когда агентство передает кандидатов конкурентам. Подход должен быть простым: минимум доступа, максимум четкости в условиях сотрудничества.

В FRANK AUTO мы не пользуемся услугами кадровых агентств и стараемся снизить количество внешних подрядчиков. Это позволяет нам держать руку на пульсе и контролировать все процессы.



Как автоматизация в HR-сфере влияет на потребность в постоянном аудите процессов?

— Автоматизация и аудит тесно связаны. Все зависит от того, что именно автоматизируется и что подлежит аудиту. Возьмем, например HR-системы. Если процессы автоматизированы, то аудит будет сосредоточен на этих процессах. Если же автоматизации нет, приходится проверять каждое действие вручную. Это трудозатратно и менее эффективно.

Когда внедрены стандартизированные процедуры, система сама фиксирует отклонения, а аудит становится точечным. Поэтому автоматизация в целом снижает необходимость в

постоянных проверках и упрощает управление. Автоматизация процессов может стоить довольно дорого, поэтому в некоторых случаях удобнее и дешевле иметь внутренних специалистов по автоматизации. В FRANK AUTO есть отдельный специалист, который занимается вопросами автоматизации, ставит ТЗ как Программистам, так и подрядчикам.

IT РЕВЬЮ Как культурные или даже возрастные различия между поколениями — зумерами, миллениалами, бумерами — влияют на работу с ними? Есть ли какие-то ключевые особенности?

— Знаете, теория поколений — это интересная и полезная концепция, но, как мне кажется, ее часто упрощают. Например, не всегда учитывают географические различия. То же поколение зумеров в Москве и где-то в регионе формировалось в разное время. Говорить, что все, кто родился после определенного года, автоматически относятся к зумерам, — это слишком шаблонно. Такое обобщение не помогает понять реальную картину, чем понять реальную картину.

Если честно, я всегда скептически отношусь к идее, что «нынешние поколения» сильно отличаются. Когда начинаю думать, что, мол, эти молодые странные, я вспоминаю себя в их возрасте и понимаю, что тоже был не менее странным. Да, у нас могли быть другие интересы или развлечения, но паттерны поведения были похожими. Это скорее возрастное, чем поколенческое.

На уровне мотивации, да, можно заметить разницу. Например, есть те, кто больше ориентирован на материальные блага, а есть те, кто ценит свободу действий и самовыражение. А кто-то вообще хочет приносить пользу миру, участвовать в социальных проектах. Эти различия действительно важно учитывать, чтобы находить подход к людям и доносить до них идеи. Проводите eNPS опросы и опросы 360, это позволит знать своих сотрудников. Мы делаем это на регулярной основе, раз в полгода.

IT РЕВЬЮ Сейчас большая часть общения сотрудников происходит через мессенджеры вроде WhatsApp или Telegram. Должны ли компании регулировать это, чтобы избежать утечек данных или взломов?

— Основной риск при использовании популярных мессенджеров в корпоративных целях — это не взлом, а человеческий фактор. Самая большая угроза — случайная отправка данных не тому адресату. Например, можно перепутать чаты или контакты и отправить информацию человеку с похожим именем или фамилией.

В идеале, у компании должен быть собственный корпоративный чат, привязанный к CRM. Такое решение не только безопаснее, но и создает замкнутую экосистему, где общение происходит исключительно внутри компании. Даже если сотрудник ошибся адресатом, информация останется среди коллег. Это исключает риск утечек по случайности.

IT РЕВЬЮ Как обеспечить такую безопасность и при этом сохранить комфортное взаимодействие сотрудников?

— Здесь вопрос не столько в страхе перед ошибками, сколько в четком разграничении прав доступа. Если данные хранятся, условно, в одном общем Excel-документе, то защитить их практически невозможно. Компании важно настроить системы так, чтобы каждый сотрудник имел доступ только к необходимой информации.

Но это не только про технологии, но и про корпоративные ценности. Их важно четко сформулировать и внедрить в процесс подбора сотрудников. Это не должно превращаться в инструмент давления, а, наоборот, служить для создания атмосферы доверия.

Если в компании выстроена здоровая культура, сотрудники сами предотвратят потенциальное нарушение или сообщат о риске утечки. А вот в компаниях с низким уровнем доверия такие случаи чаще замалчиваются, что увеличивает риски.

Все сводится к сочетанию технических решений, грамотной корпоративной культуры и прозрачных правил.

IT РЕВЬЮ Какие советы Вы могли бы дать коллегам из Вашего опыта, особенно в области безопасности и работы с сотрудниками?

— Прежде всего, минимизируйте количество систем, которые используются для управления сотрудниками. Идеально, если у компании будет одна HRM-система, объединяющая все необходимые функции. Это упрощает контроль доступа: удаляя сотрудника из одной системы, вы автоматически лишаете его доступа ко всем связанным инструментам. Если же системы разрозненные и не интегрированы, всегда есть риск, что где-то доступ останется, что небезопасно.

Второй важный момент — четкое разграничение прав доступа. Это нужно продумать и настроить на уровне программного обеспечения, чтобы сотрудники видели только то, что им необходимо для работы.

Еще один совет касается контроля. Здесь важно не перегибать палку. Уровень контроля всегда определяется договоренностями. Нет универсальной нормы — что приемлемо в одной компании, может быть недопустимо в другой. Главное, чтобы сотрудник был заранее осведомлен о том, как и где его действия будут контролироваться.

Если это становится неожиданностью, возникает негатив. А вот если все обговорено на этапе трудоустройства, такой контроль воспринимается как часть корпоративной культуры.



Как минимизировать количество платформ, чтобы они покрывали все потребности HR?

— Это непросто. Даже на российском рынке есть решения, которые пытаются объединить все, но они могут быть дорогими, особенно для небольших компаний. Поэтому важно учитывать три момента.

Во-первых, выбирайте системы, удобные для сотрудников. Если корпоративное ПО неудобное, сотрудники начинают искать сторонние решения: используют личные облака, неофициальные мессенджеры, внешние редакторы. Это увеличивает риски утечек данных.

Во-вторых, задайте себе вопрос: действительно ли компании это нужно? Иногда желание внедрить новое ПО оказывается неоправданным экспериментом, который не приносит пользы, а лишь создает дополнительные риски.

И, наконец, изучайте настройки платформ. Например, был случай, когда компании использовали популярный таск-трекер, но из-за настроек по умолчанию корпоративные доски становились публичными. Сотрудники просто не знали об этом. Итог — данные попадали в открытый доступ. Это классический пример того, как недостаточная информированность и неудачный выбор платформы могут нанести ущерб.

*Сергей Красильников,
Директор по персоналу Frank auto

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Эксклюзивно для IT РЕВЬЮ

Тенденции в ЭДО: как технологии меняют подход к управлению данными

“Как внедрить систему электронного документооборота без полугодового обучения сотрудников?», «Почему одни компании выбирают универсальные решения, а другие — узкоспециализированные?», «Стоит ли доверять искусственному интеллекту обработке конфиденциальных данных?» — эти вопросы всё чаще задают руководители, стремящиеся оптимизировать бизнес-процессы. Мы попросили ответить на них – а заодно, рассказать, что представляет из себя современный рынок ЭДО-решений и что ждет его в ближайшие годы – руководителя направления электронного документооборота и систем управления документами RAMAX Group Ларису Тюминкину.

РЫНОК ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА (ЭДО) ДО СИХ ПОР ПЕРЕЖИВАЕТ ТРАНСФОРМАЦИЮ:

если раньше ключевым критерием была «цифровизация ради цифровизации», то сегодня компании ждут от систем гибкости, скорости и адаптивности под конкретные задачи. Рост рынка, по оценкам многих экспертов, превышает 15% в год, а его драйверы — искусственный интеллект, отраслевая специализация и интеграция сервисов в единые экосистемы. Разберемся, как эти тренды влияют на выбор решений.

Технологии ИИ, которые «оживляют» документы

Искусственный интеллект перестал быть экзотикой: большой % внедряющих ЭДО компаний используют ИИ-инструменты для обработки документов. Если раньше системы документооборота лишь хранили и передавали файлы, то теперь они учатся предугадывать действия пользователей, находить ошибки и даже давать рекомендации. Вот основные функции, которые обеспечивают технологии искусственного интеллекта:

Автоматическая классификация — алгоритмы распознают тип документа и распределяют их по папкам или маршрутам. Алгоритмы машинного обучения учатся на исторических данных, чтобы прогнозировать сценарии. Например, система распознает, что входящий PDF — это счет-фактура, а не коммерческое предложение, и отправляет его в нужный отдел. Искусственный интеллект может и обнаружить аномалию: допустим, выявить несоответствие в накладных.

Извлечение и анализ данных — NLP (Natural Language Processing) вычленяет ключевые реквизиты: даты, суммы, ИНН, что ускоряет заполнение баз данных. Это не просто поиск ключевых слов, а определение смысла при анализе контекста. Например, можно проанализировать договор аренды на предмет скрытых условий - ИИ выделит их для юриста.

Проверка на ошибки —

ИСКУССТВЕННЫЙ
ИНТЕЛЛЕКТ ПОМОГАЕТ
СРАВНИТЬ ДОКУМЕНТЫ С
ТИПОВЫМИ ШАБЛОНАМИ
И СИГНАЛИЗИРУЕТ
О РАСХОЖДЕНИЯХ,
РИСКАХ, МОЖЕ ПРОЧЕСТЬ

СКАНИРОВАННЫЕ ДОКУМЕНТЫ, РУКОПИСНЫЕ ЗАМЕТКИ И ДАЖЕ ИНЖЕНЕРНЫЕ ЧЕРТЕЖИ.

Следующим шагом компании могут использовать специальные функции для распознавания печатей и рукописных подписей: ИИ проверяет их подлинность, сравнивая с эталоном в базе.

Внедрением ИИ в электронный документооборот можно добиться, прежде всего, сокращения ошибок и экономии времени. Однако необходимо учитывать особенности технологии – например, если искусственный интеллект обучают на неструктурированных архивах, он может «перенять» ошибки. Поэтому нужно проводить предварительную очистку данных. Не следует и забывать о том, что подключение ИИ к существующим системам ERP или CRM требует дополнительных инвестиций в API и middleware.

Скорее всего,

В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ СИСТЕМЫ ИИ НАУЧАТСЯ СОСТАВЛЯТЬ ПРОЕКТЫ ДОГОВОРОВ, ОПИРАЯСЬ НА ПРЕЦЕДЕНТЫ И ПОЖЕЛАНИЯ СТОРОН.

Появятся и цифровые паспорта товаров, которые сами обновляют данные о сертификации или сроке годности через интеграцию с IoT-датчиками. А технологии блокчейна позволят хранить документы децентрализованно, автоматически проверяя их подлинность.

Если вы ходите внедрить ИИ в ваш электронный документооборот, советую начать с пилотного проекта: автоматизируйте один процесс – например, обработку счетов-фактур. Помните о том, что чем качественнее архив исходных данных, тем точнее будет работать ИИ. Ваши сотрудники должны понимать, как взаимодействовать с системой и проверять ее решения.

Коробочные решения ЭДО: почему их выбирают и когда они становятся ловушкой

Коробочные решения идеальны для стандартных задач: бухгалтерской отчетности, кадрового документооборота. Для небольшой компании, у которой нет возможности содержать IT-отдел и отсутствуют специализированные требования, «коробка» подходит идеально. Например, в интернет-магазине можно внедрить типовое решение за несколько дней, подключить интеграцию с маркетплейсами и бухгалтерией — и сотрудники могут начать работать в системе практически без обучения.

Кроме того, вендоры используют базовые меры защиты документов и обеспечивают совместимость с популярными сервисами и системами, что избавляет от необходимости платить за разработку API.

При этом гибкость коробочных решений ограничена: это критично, если в компании нестандартные процессы. «Коробки» не учитывают отраслевую специфику, стандарты юридические тонкости. Поэтому для крупного бизнеса с комплексными процессами: холдинга с филиалами в разных регионах с многоуровневой иерархией доступа и локализацией документов, отраслей со строгим регулированием или компаний, регулярно работающих с госконтрактами, такое решение не подойдет.

Специализированные продукты ЭДО: когда отраслевая специфика стала трендом

Продукты ЭДО с адаптацией документооборота под специфические отраслевые задачи занимают сегодня чуть более трети рынка. Специализированные системы отличаются от универсальных, прежде всего, предустановленными шаблонами, например, в строительной сфере – это шаблоны техзаданий, смет и актов КС-2/КС-3, с интеграцией с отраслевыми системами, например, с САПР или 1С: Медицина, совстроенной аналитикой под запросы отрасли с проверкой соответствия регуляторным нормам.

Выбор специализированной системы сокращает сроки внедрения на 40–60%, ведь система уже «заточена» под отрасль. Встроенные проверки исключают нарушения стандартов. Например, в фармацевтике ЭДО не позволит подписать документ без указания

серии препарата. Кроме того, отраслевые ЭДО сертифицированы под специфические требования.

Разумеется, цена отраслевой системы ЭДО может оказаться в 2–3 раза выше универсальной. При этом, если покупателю нужна специфика, то фактически ему придется платить за модули, которые он не будет использовать. При изменении отраслевых стандартов или законодательства, повышается зависимость от вендора – ведь он должен выпустить обновление. Тем не менее, для компаний в строго регулируемых отраслях, организаций с типовыми отраслевыми процессами, если скорость внедрения критична, приобретение специализированной системы – разумный вариант.

Единые платформы ЭДО: от интеграции к экосистемам

Вместо множества разрозненных систем компании всё чаще выбирают единые платформы, объединяющие делопроизводство, документооборот, электронные архивы, бизнес-процессы управление проектами, сервис-деск и прочие решения, обогащенные аналитикой, с low-code разработкой, no-code гибкой настройкой, возможностями ИИ инструментов и OCR. Триггерами этого тренда, начавшегося где-то 5-6 лет назад, стали пандемия, связанные с ней «удаленка» и потребность в доступе к документам из любой точки мира, рост объема неструктурированных данных и цифровизация госуслуг — интеграция с ЕГИС, ФГИС и другими государственными системами стала обязательной для многих компаний.

Такие решения сокращают время на рутину: например, документ, созданный в CRM, автоматически попадает в ЭДО для согласования, а после подписания — в бухгалтерию. Больше не нужно пересылать файлы вручную. Становится очевидно, сколько времени занимает согласование договора, кто задерживает процесс, какие типы документов вызывают больше ошибок. Можно добавлять новые модули без замены системы. Из минусов – высокая стоимость, сложность внедрения, серьезная зависимость от вендора и ограниченная гибкость при необходимости поддержки возможности обновлений без потери разработанного функционала.

В ближайшем будущем вероятно развитие единых платформ в сторону большего использования технологий ИИ, о которых мы говорили выше, расширения low-code функций для пользователей, например, гибкое формирование документов по шаблонам и настройка самих шаблонов, омниканальности доступа и повышение бесшовности взаимодействия систем.

Рынок ЭДО: куда он движется и какие продукты изменяют правила игры

От автоматизации рутинных задач рынок эволюционирует к появлению интеллектуальных экосистем, где документы становятся «живыми» активами. Основные драйверы развития – цифровизация экономики при взаимодействии бизнеса с бизнесом и с государством, развитие регуляторной среды в результате усиления законодательных требований, трансграничный электронный документооборот, популярность удаленной работы: 43% сотрудников требуется доступ к документам из любой точки мира.

Не за горами появление предиктивной аналитики – система ЭДО сможет предсказать, например, вероятность задержки оплаты по контракту, анализируя историю контрагента. Привычными станут и «умные документы»: например, накладные смогут сами обновлять данные через датчики интернета вещей. Выполнение условий договора будет реализовано через смарт-контракты, автоматизируя платежи, а технология блокчейна позволит защищать документы от несанкционированного изменения. Основные же вызовы лежат в сфере безопасности – появление квантовых компьютеров полностью изменит правила игры – и регуляторики, ведь часто законы просто не успевают за технологиями.

Если фантазировать, в пределах десяти ближайших лет нас могут ждать сервисы, которые не только будут составлять за нас юридические документы, но и смогут защищать интересы сторон в суде. Появятся и договоры (например, между автономными дронами и складами), заключаемые без участия человека. Документы превратятся в динамические объекты, которые не только хранят информацию, но и влияют на бизнес-процессы. А пока я бы советовала компаниям инвестировать в платформы, сочетающие гибкость, безопасность и способность «расти» вместе с бизнесом. Выбор ЭДО теперь напоминает сбор конструктора — важно найти те модули, которые закрывают именно ваши боли как минимум в горизонте планирования компании.

***Лариса Тюминкина**, руководитель направления электронного документооборота и систем управления документами **RAMAX Group**

Редактор Л. Веселова · Корректор О. Сагун · Дизайн Н. Риль

Эксклюзивно для **ИТ РЕВЬЮ**

Кommerческие споры

ПРАКТИЧЕСКИЙ ДЕЛОВОЙ ЖУРНАЛ

№ 1 / 2025

ИЗДАТЕЛЬСТВО ЖУРНАЛА



Использование чужого товарного знака
в рекламе: мнение ФАС и судебная практика

Товары с изображениями персонажей
мультфильмов

Верховный Суд о сроке подачи заявления
о взыскании судебных расходов в пользу
третьего лица



Слова ранят. Правовые
последствия оскорблений

Закажите себе в подарок
электронную версию этого
номера: 7447273@bk.ru

В 2025 году в Трудовом кодексе появятся
нормы о заемном труде

Личная безопасность владельца бизнеса

**ЗАКАЖИТЕ НОМЕР ДЛЯ ВАШЕЙ КОМПАНИИ –
89263501881 ВАЦАП**

ПРАКТИЧЕСКИЙ ДЕЛОВОЙ ЖУРНАЛ

МАСТЕР ПРОДАЖ

ОБЗОРЫ • КОММЕНТАРИИ • ПРАКТИКА

№ 1 / 2025

ИЗДАТЕЛЬСТВО ЖУРНАЛА



**Масштабироваться хочется всем.
Бизнес должен расти. Желательно, расти
быстрее рынка, чтобы не отставать!**

Александр Берников

Интеграционные решения для крупного и малого бизнеса

- Внедрение и развитие объединенных коммуникаций, инженерных и информационных систем.
- Поставка и сопровождение интеграционных, телекоммуникационных и программно-аппаратных решений.
- Прикладные и бизнес решения.



Клиенты

ААЕМ 2016 АЭМ технологии 2016-2020 ТМХ 2016 КСК 2017
Концерн тракторные заводы 2018 Коломенский завод 2018
2050 интегратор 2020 СУЭК 2020 ПО Бежичская сталь 2021
ТВЗ 2021 Газпром нефть 2022 Метровагонмаш 2022 БМЗ 2018

Контакты

ООО «КИТ-СИСТЕМС»

105094 Москва, ул. Золотая 11

8 (495) 197-66-60

info@kit-systems.ru

