

Юлія В. Лук'яненко

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ДРАЙВЕР ПЕРСОНАЛІЗОВАНОГО ПРОДАЖУ В БАНКІВСЬКИХ ВІДДІЛЕННЯХ: ВІД СТРАТЕГІЇ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ

У статті досліджено роль штучного інтелекту як ключового інструменту персоналізованого продажу у банківських відділеннях в умовах цифрової трансформації. Проведено порівняльний аналіз підходів до впровадження ШІ-рішень у банківському ритейлі України та США за такими параметрами: рівень технологічної зрілості, регуляторне середовище, клієнтська поведінка та організаційна готовність. Виявлено ключові відмінності між ринками та ідентифіковано спільні тенденції розвитку персоналізованих продажових стратегій на основі ШІ. Запропоновано авторську поетапну модель впровадження ШІ у банківських відділеннях, що охоплює стратегічний, операційний та масштабувальний етапи. Обґрунтовано практичні рекомендації для банківських установ, що здійснюють або планують цифрову трансформацію продажових процесів.

Ключові слова: штучний інтелект, персоналізовані продажі, відділення банків, цифрова трансформація, роздрібний банкінг, гіперперсоналізація, машинне навчання, банківська система України, банківська система США, клієнтський досвід