



هوش مصنوعی چگونه بازاریابی دیجیتال را متحول کرد؟

امروزه AI یا همان هوش مصنوعی به یکی از مهم‌ترین عناصر کسب‌وکار تبدیل شده و جای خود را در تعداد زیادی از پلتفرم‌ها و اپلیکیشن‌ها باز کرده است. بازاریابی دیجیتال نیز یکی از حوزه‌هایی است که با ظهور هوش مصنوعی، بسیاری از مشکلات آن رفع شده و دچار تغییر و تحول شده است. در اینجا به سه روش اشاره می‌شود که AI با تغییر در آن‌ها بازاریابی دیجیتال را بهبود می‌دهد.

۱. تجربه کاربری بهتر

مهم‌ترین جنبه یک استراتژی موفق بازاریابی دیجیتال، تجربه کاربری فوق‌العاده است. وقتی محتوا مرتبط و متناسب با کاربر باشد، احتمال بسیار بیشتری وجود دارد که آن‌ها به مشتری یا حتی مشتریان همیشگی تبدیل شوند و نسبت به آن برند وفادار بمانند.

هوش مصنوعی به طور قابل‌توجهی می‌تواند با قدرت خود در جمع‌آوری داده‌ها به آن

کمک کند و بر اساس مواردی مانند موقعیت مکانی، اطلاعات تاریخی و رفتار گذشته تعیین کند کدام محتوا کاربردی‌ترین و مناسب‌ترین محتواست. در زمان انجام چنین کاری هوش مصنوعی به کاربر تصویری می‌دهد که این برند به طور خاص برای خود او ساخته شده است.

در ارتباط با خرده فروشی، AI می‌تواند با پیشرفت‌های جدید در واقعیت افزوده برای تجربیات خرید آنلاین یک فعالیت را شبیه‌سازی کند، جایی که مشتریان در واقع می‌توانند یک محصول را پیش از خرید امتحان کنند. برنامه‌های جدیدی به بازار آمده‌اند که شما می‌توانید لباس‌ها را به تن کنید تا ببینید کدام یک برای شما مناسب‌تر است یا حتی چه رنگی به شما بیشتر می‌آید، بدون اینکه حتی پایتان را در فروشگاه بگذارید.

["caption id="attachment_۱۸۹۰۱۶" align="alignnone" width="۷۵۰"]



[caption/] دستیار صوتی آکسا

تکنولوژی جستجوی صوتی نیز یک افزونه فوق‌العاده AI در بازاریابی دیجیتال است که می‌تواند ما را با سرعت بیشتری به نتیجه برساند. شرکت‌ها اکنون می‌توانند سایت خود را منطبق با دستیارهای مجازی مانند Alexa Home، Google، و SIRI بسازند. اگر

شما این کار را به درستی انجام دهید می‌توانید برند خود را به عنوان اولین نتیجه در جست‌وجوی صوتی بیاورید که کمک بسیاری به شناخت برند شما خواهد کرد.

۲. پیش‌بینی رفتار مشتری

هوش مصنوعی نه تنها می‌تواند یک تجربه مشتری را بر اساس رفتار گذشته افراد شخصی‌سازی کند، بلکه همچنین می‌تواند رفتار کاربران جدید و فعلی را نیز پیش‌بینی کند. با کمک پلتفرم‌های مدیریت داده‌ها، از طریق جمع‌آوری داده‌های افراد در وبسایت، AI می‌تواند اطلاعاتی درباره کاربران شما از طریق اینترنت جمع‌آوری کند. این امر به طور خودکار به شما کمک می‌کند تا نیازهای آن‌ها را از طریق بازدیدها، علایق و پروفایل‌ها شخصی‌سازی کنید. همچنین باعث می‌شود بتوانید سرنخ‌های بالقوه خود را هدف‌گیری و افرادی را که جذبشان غیرممکن است حذف کنید تا بتوانید روی فرمول‌سازی و اجرای استراتژی‌های بازاریابی موثر تمرکز کنید.

AI دائماً در حال جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و تفسیر داده‌ها برای استفاده هوشمندانه‌تر از آن‌هاست. با الگوریتم‌های جدید، صحت و دقت بازدیدهای مشتری همواره کارآمدتر خواهد شد و به پیش‌بینی فروش و برگشت سرمایه کمک زیادی خواهد کرد؛ به طوری که کسب‌وکار شما می‌تواند بهترین تجربه را برای مشتریان به ارمغان آورده و ابزارهای مناسبی را برای موفقیت کسب‌وکار شما فراهم کند.

۳. حمایت به موقع مشتری

یکی از بزرگترین مواردی که مشتریان در یک تجربه دیجیتالی خوب جست‌وجو می‌کنند، نتایج و پاسخگویی فوری است. با ابداع **چت بات** یا ربات‌های چت، هوش مصنوعی می‌تواند این تجربه را به موقع و در زمان واقعی ارائه دهد. ربات‌های چت سرویس‌هایی هستند که به کمک هوش مصنوعی طراحی می‌شوند و کاربران از طریق یک رابط چت با آن ارتباط برقرار می‌کنند.

["caption id="attachment_۱۸۹۰۱۷" align="alignnone" width="۵۱۹]



چت بات با هوش

مصنوعی[/caption]

ربات‌های چت می‌توانند از اصطلاحاتی استفاده کنند تا «انسان‌نما» تر به نظر برسند و بتوانند سوالات اساسی را پاسخ داده، سفارش‌های کاربران را انجام داده، سپس آن‌ها را پیگیری کرده و مسائل ساده را حل کنند.

پیام‌رسان فیس‌بوک ویژگی ربات چت را برای کمک به بهبود خدمات مشتری برای کسب‌وکارها قرار داده است، تا به این شکل در دسترس بودن را افزایش، زمان انتظار تماس را کاهش داده و رضایت مشتریان را افزایش دهد.

هوش مصنوعی روزبه‌روز در حال رشد و پیشرفت است و از سرعتش کاسته نخواهد شد. پیاده‌سازی هوش مصنوعی در استراتژی بازاریابی دیجیتال شما آگاهی‌های لازم برای رسیدن به موفقیت را به کسب‌وکار شما داده و به مشتریان کمک می‌کند تا تجربه بهتری داشته باشند.