

عنوان مقاله:

ارائه مدل بازاریابی دیجیتال مبتنی بر هوش مصنوعی در حوزه خدمات مالی با رویکرد داده بنیاد

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی تحول دیجیتال، بانک و بیمه (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

حمید علیزاده - دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

محمد جلالی فیلیشور - دانشجو، کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف ارائه مدل بازاریابی دیجیتال مبتنی بر هوش مصنوعی در حوزه خدمات مالی با رویکرد داده بنیاد اجرا شده است. روش تحقیق به صورت کیفی و مبتنی بر نظریه پردازی داده بنیاد است. برای گردآوری اطلاعات از مصاحبه های نیمه ساختار یافته استفاده شد و تجزیه و تحلیل اطلاعات به روش استراوس و کوربین و مدل پارادایمی انجام گرفت. داده ها از طریق مصاحبه های نیمه ساختار یافته با ۱۵ نفر از خبرگان و مدیران با سابقه حوزه خدمات مالی، بر اساس روش نمونه گیری هدفمند و تا سرحد اشباع اطلاعات مورد نیاز و کفایت نظری صورت گرفته است. نتایج تحلیل داده های مصاحبه ها طی فرایند کدگذاری باز، محوری و انتخابی، به ارائه مدل بازاریابی دیجیتال مبتنی بر هوش مصنوعی در حوزه خدمات مالی بر مبنای نظریه پردازی داده بنیاد منجر شد. در این تحقیق برای حصول مدلی که بتواند علاوه بر جنبه توصیفی تا حدودی جنبه تجویزی نیز داشته باشد، سعی شده است با انتخاب خبرگانی که در جامعه اتفاق نظر مثبت بر آنها در حوزه بازاریابی دیجیتال و هوش مصنوعی وجود دارد به سمتی حرکت شود تا وضعیت مطلوب مدلسود. با این حال، مدیران با در نظر گرفتن مدل پیشنهادی تحقیق می توانند در جهت ارتقا بازاریابی دیجیتال مبتنی بر هوش مصنوعی در سازمانهای خدمات مالی گام بردارند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی دیجیتال، هوش مصنوعی، خدمات مالی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1578810>

