

عنوان مقاله:

بررسی هوش مصنوعی در بازار یابی صنعتی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی بازاریابی صنعتی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

سمیرا کریمی - دانشجوی دکترای مدیریت کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد چالوس

خلاصه مقاله:

انقلاب صنعتی و تکنولوژیکی که از تحول دیجیتال به وجود آمده است ، به طرز چشمگیری نحوه ایجاد ارزش شرکت ها در بازارهای صنعتی BYB را تغییر می دهد . در میان بسیاری از اشکالی که فناوری های دیجیتال می توانند داشته باشند ، هوش مصنوعی قوی ترین تاثیرشگرف و فراگیر را دارد . هدف تحقیق ما درک چگونگی حمایت انواع مختلف راه حل های مبتنی بر هوش مصنوعی از شرکت ها در ایجاد ارزش مشترک در بازارهای صنعتی BYB است . کارشناسان معتقدند که چند دهه آینده انقلاب صنعتی چهارم به طور کامل شکل خواهد گرفت چهارمین انقلاب صنعتی با دیجیتالی شدن ، فناوری اطلاعات و ارتباطات ، یادگیری ماشینی ، رباتیک و هوش مصنوعی شکل خواهد گرفت . و تصمیم گیری ، بیشتر از انسان به ماشین انتقال خواهد یافت . چالش های جدید کسب و کار در بخش BYB توسط اکوسیستم های متصل به هم تعیین می شوند ، جایی که تصمیم گیری مبتنی بر داده ، برای استراتژی های موفق بسیار مهم است . در عین حال ، استفاده از دیجیتال مارکتینگ به عنوان کانال ارتباطی و فروش منجر به نیاز و استفاده از سیستم های مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) برای مدیریت صحیح اطلاعات شرکت ، شده است . درک استراتژی های بازاریابی سنتی BYB که از CRM هایی که با هوش مصنوعی (AI) کار می کنند مورد مطالعه قرار گرفته است . در این مقاله بیشتر به تاثیر گذاری هوش مصنوعی بر فرآیندهای بازار یابی صنعتی خواهیم پرداخت.

کلمات کلیدی:

هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی، تحول دیجیتال، بازارهای صنعتی BYB، انقلاب صنعتی چهارم، بازاریابی صنعتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1706550>

