

عنوان مقاله:

هوش مصنوعی در بازاریابی

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی مطالعات مدیریت، اقتصاد و حسابداری صنعت محور (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

متین اژدریان مقدم - دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور دانشکده علوم انسانی، رشته مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی

زهرا رجائی - استادیار مدیریت دولتی، عضو هیئت علمی پدانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

بازاریاب ها امروزه به دنبال راه های جدیدی برای یافتن و جذب مخاطب ایده آل خود هستند. هوش مصنوعی (AI) عامل کلیدی ، در جذب مشتری محسوب میشود و به بازاریابان درپیش بینی آنچه که مشتریان می خواهند با استفاده از داده های مشتری و مفاهیم هوش مصنوعی با سرعت و کارایی بالاتر و هزینه کمتر از انسان کمک میکند . هوش مصنوعی با بررسی عمیق مخاطبان هدف و تقسیم بندی آنها ، به مخاطبان پیشنهادهای اختصاصی تری را ارائه م ی دهد تا احتمال پذیرش توسط مشتریان بیشتر شود. بنابراین امروزه استفاده از هوش مصنوعی و دانستن نحوه استفاده از آن در بازار یابی یک ضرورت محسوب م . ی شود برای گردآوری این مقاله ، از مقالات داخلی سایت civilica.com و sid.ir و مربوط به و iranpaper.ir و fardapaper.ir و civilica.com سالهای ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۱ و از مقالات خارجی سایت های scholar.google.com از سال ۲۰۱۸ به بعد مورد مطالعه قرار گرفته است. هدف ا این مقاله نشان دادن ارتباط ب ین بازاریابی و هوش مصنوعی و تأثیراتی که هوش مصنوعی بر بازاریابی میباشد.

کلمات کلیدی:

هوش مصنوعی ، بازاریابی ، تجزیه و تحلیل داده ها ، یادگیری ماشین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1758768>

