

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر هوش مصنوعی بر بازاریابی و مدیریت ارتباط با مشتری کسب و کارها

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پژوهش های کاربردی در مدیریت، حسابداری، اقتصاد و مهندسی صنایع (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

نگین توران پشته - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی- دانشگاه علوم پزشکی آزاد تهران

خلاصه مقاله:

این مطالعه به بررسی تاثیر هوش مصنوعی بر بازاریابی و مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) کسب و کارها پرداخته است. بکارگیری این فناوری به کسب و کارها در تجزیه و تحلیل داده ها کمک می کند و باعث بازاریابی بهتر و جذب و حفظ مشتریان و همچنین روابط بلندمدت با آن ها می شود. گردآوری داده های پژوهش حاضر مروری و هدف از آن بررسی کاربرد هوش مصنوعی در بازاریابی و CRM است. نتیجه گیری می شود که هوش مصنوعی کاربردهای زیادی در بازاریابی و مدیریت ارتباط با مشتری کسب و کارها دارد و می توان با درک و بکارگیری صحیح این تکنولوژی، رشد قابل توجهی در کسب و کارها ایجاد کرد

کلمات کلیدی:

هوش مصنوعی، بازاریابی، مدیریت ارتباط با مشتری، هوش مصنوعی در بازاریابی، هوش مصنوعی در مدیریت ارتباط با مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1804714>

