

## عنوان مقاله:

واکوی تجزیه و تحلیل بازاریابی دیجیتال: مروری بر استراتژی ها در عصر داده های بزرگ و هوش مصنوعی

## محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی مطالعات مدیریت، اقتصاد و حسابداری صنعت محور (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسنده:

علی صابریان جهرمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش تجارت الکترونیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز

## خلاصه مقاله:

تجزیه و تحلیل بازاریابی دیجیتال در چشم انداز کسب و کار معاصر، به ویژه با ظهور داده های بزرگ و هوش مصنوعی (AI) به طور فزاینده ای حیاتی شده است. این مقاله مروری جامع از استراتژی های به کار گرفته شده در تجزیه و تحلیل بازاریابی دیجیتال در چارچوب چشم انداز به سرعت در حال تحول داده های بزرگ و هوش مصنوعی ارائه می دهد. در عصر داده های بزرگ، کسب و کارها با حجم وسیعی از اطلاعات غرق میشوند، که استفاده موثر از ابزارهای تحلیلی را برای بازاریابان ضروری می سازد. این بررسی نقش تجزیه و تحلیل بازاریابی دیجیتال را در استفاده از قدرت داده های بزرگ بررسی می کند، و بازاریابان را قادر می سازد تا بینش های عملی را استخراج کنند، روندها را شناسایی کنند و تصمیمات آگاهانه بگیرند. ادغام هوش مصنوعی این قابلیت ها را بیشتر میکند، فرآیندها را خودکار میکند و تجزیه و تحلیل های پیش بینی کننده را برای استراتژی های بازاریابی هدفمندتر و شخصی شده تر ارائه می دهد. این مقاله به استراتژی های مختلفی که در تجزیه و تحلیل بازاریابی دیجیتال استفاده می شود، شامل جمع آوری، تجزیه و تحلیل و تفسیر داده ها می پردازد. اهمیت تجزیه و تحلیل درنگ در پاسخگویی سریع به تغییرات بازار، بهینه سازی کمپین ها و افزایش تجارب مشتری را مورد بحث قرار می دهد. علاوه بر این، این بررسی به ملاحظات اخلاقی پیرامون حریم خصوصی داده ها و استفاده مسئولانه از هوش مصنوعی در شیوه های بازاریابی می پردازد. هم افزایی بین Big Data و AI به عنوان یک کاتالیزور برای نوآوری در بازاریابی دیجیتال بررسی می شود. استراتژی هایی مانند الگوریتم های یادگیری ماشین برای تقسیم بندی مشتری، تحلیل احساسات و مدل سازی پیش بینی کننده به دلیل پتانسیلشان برای ایجاد انقلاب در اثربخشی بازاریابی مورد بررسی قرار می گیرند. علاوه بر این، این مقاله نقش در حال تحول تجزیه و تحلیل را در اندازه گیری بازگشت سرمایه (ROI) طرح های بازاریابی دیجیتال برجسته می کند. این بررسی بینش هایی را در مورد چشم انداز در حال تحول تجزیه و تحلیل بازاریابی دیجیتال ارائه می دهد و بر اهمیت استراتژیک استفاده از داده های بزرگ و هوش مصنوعی تاکید می کند. کسب و کارهایی که از این فناوری ها استقبال می کنند، با باز کردن بینش های ارزشمند، بهینه سازی تلاش های بازاریابی و چابک ماندن در پاسخ به شرایط پویای بازار، مزیت رقابتی کسب می کنند.

## کلمات کلیدی:

تجزیه و تحلیل بازاریابی دیجیتال، اطلاعات بزرگ، هوش مصنوعی، فراگیری ماشین، تجزیه و تحلیل پیش بینی کننده، شخصی سازی، تجزیه و تحلیل زمان واقعی، حریم خصوصی داده ها، ملاحظات اخلاقی، دستورالعمل های آینده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2037733>

