

عنوان مقاله:

دستیابی به عملکرد بازار تجاری برتر از طریق به کارگیری ابزار هوش مصنوعی در بازاریابی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و کسب و کار (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مژگان طاهری - دانشجوی دکتری مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرکز

محمدرضا معتدل

خلاصه مقاله:

ظهور الگوریتم های جدید، پردازش سریع تر و مجموعه های گسترده ای از مجموعه داده های مبتنی بر ابر باعث میشود که شرکتها در تمام صنایع هوش مصنوعی را بکار گیرند. بازاریابی و فروش به ویژه نوآوری در آنها نیازمند راه حل های سریع و در حال توسعه برای پیشبرد اهدافشان می باشند. امروزه مشتریان خدمات سریع تر را تقاضا می کنند و انتظار می رود که بازارها واکنش هوشمندانه تری نشان دهند. بسیاری از سازمان ها کسب و کار سنتی خود با ابزار هوشمند سازی تقویت می کنند که این امر منجر به افزایش توانایی آنها در جمع اوری داده ها، تفسیر و عمل بر روی آنها برای تصمیم گیری سریعتر می گردد. استراتژی های بازاریابی برای خلق، و نگهداری مزایای رقابتی از طریق بازاریابی هوش مصنوعی برای رویارویی تغییرات سریع در عصر اطلاعات میسر می باشد. از سویی دیگر کسب و کار هوشمند، امکان برقراری ارتباطات با واکنش پذیری ذینفعان کسب و کار در گزینه های تصمیم مناسب برای کمک به بازاریابان فراهم می گردد. ما در این راستا به ابزارهای هوش مصنوعی و تاثیر آن در بازاریابی می پردازیم.

کلمات کلیدی:

هوش مصنوعی، بازاریابی هوشمند، یادگیری ماشین، بینایی ماشین، پردازش زبان طبیعی، رباتیک، سیستم خبره، شبکه عصبی، الگوریتم ژنتیک، سیستم فازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/828437>

