

## عنوان مقاله:

استفاده از هوش مصنوعی در تشخیص و پیشبینی روند تبلیغات و برندسازی

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی شهر هوشمند، چالش ها و راهبردها (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

سید سیامک موسوی - دکتری بازاریابی از دانشگاه تربیر آلمان . عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد عجبشیر

لیلا سبیلی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل، دانشگاه آزاد اسلامی واحد عجبشیر

## خلاصه مقاله:

هوش مصنوعی (AI) صنعت تبلیغات را متحول کرده است و برندها را قادر می سازد تا روندهای تبلیغاتی را تشخیص داده و پیش بینی کنند و استراتژی های برندسازی خود را به طور موثر شکل دهند. هوش مصنوعی با استفاده از یادگیری ماشینی، پردازش زبان طبیعی و تجزیه و تحلیل داده ها، به تبلیغ کنندگان این امکان را می دهد که داده های گسترده را پردازش کنند، بینش های ارزشمندی به دست آورند، وظایف را خودکار کنند و کمپین های تبلیغاتی شخصی و هدفمند ارائه کنند. این چکیده یک نمای کلی از نقش هوش مصنوعی در تشخیص و پیش بینی روند تبلیغات و برندسازی ارائه می دهد. این بر اهمیت استفاده از هوش مصنوعی برای درک ترجیحات مصرف کننده، پویایی بازار و مناظر رقابتی تاکید می کند و امکان تصمیم گیری مبتنی بر داده و استراتژی های بازاریابی بهینه را فراهم می کند. از طریق تجزیه و تحلیل روندهای تاریخی و فعلی، تبلیغ کنندگان می توانند بینش ارزشمندی در مورد رفتار مصرف کننده به دست آورند، روندهای آینده را پیش بینی کنند و مزیت رقابتی خود را حفظ کنند. چکیده به بررسی کاربردهای مختلف هوش مصنوعی در تبلیغات می پردازد، مانند تبلیغات شخصی سازی شده، تقسیم بندی مخاطبان هدف، ایجاد و بهینه سازی محتوا، خرید و برنامه ریزی رسانه، و تحلیل و بهینه سازی عملکرد. روش های عملی برای جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها، از جمله نظارت بر رسانه های اجتماعی، تجزیه و تحلیل وب، تجزیه و تحلیل احساسات مشتری، تشخیص الگو، شناسایی روند، و مدل سازی پیش بینی کننده برای روندهای آینده را مورد بحث قرار می دهد. علاوه بر این، چکیده به نقش هوش مصنوعی در پیش بینی نتایج برندسازی می پردازد و حوزه هایی مانند تجزیه و تحلیل و نظارت برند، ردیابی درک برند، تجزیه و تحلیل رقابتی، و مدل سازی پیش بینی کننده عملکرد برند، ارزش ویژه و موقعیت یابی را پوشش می دهد. مطالعات موردی و مثال های واقعی، کاربردهای موفق هوش مصنوعی را در تشخیص روند تبلیغات و پیش بینی نتایج برندسازی نشان می دهند.

## کلمات کلیدی:

استراتژی؛ هوش مصنوعی، خودران سازی، یادگیری ماشینی، بازاریابی بین المللی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1950257>

