

عنوان مقاله:

استفاده از هوش مصنوعی در دیجیتال مارکتینگ به منظور ایجاد مزیت رقابتی

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت کسب و کار در شرایط ناپایدار (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

مهدی حاجی امیر دماوندی - کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشگاه شهید بهشتی تهران

خلاصه مقاله:

گسترش اینترنت و افزایش کسب و کارهای آنلاین باعث شده تا فضای بسیار رقابتی میان کسب و کارهای مختلف به وجود بیاید، از این رو شرکت ها سعی در به کارگیری ابزارهای مختلف هستند تا مزیت رقابتی خود را افزایش دهند. بازاریابی و دیجیتال مارکتینگ یا همان بازاریابی دیجیتال بسیار مورد توجه قرار گرفته است که این نوع استراتژی خود از تکنولوژی های نوین استفاده میکند تا بهترین عملکرد را داشته باشد. یکی از این تکنولوژی ها هوش مصنوعی است که نفوذ این تکنولوژی در دنیای مارکتینگ بطورکلی روند و مسیر کسب و کارها را تغییر داده است. این تغییرات در جهت جذب مشتری و پیش بینی نیاز آنها، فروش بیشتر و مشاوره بازاریابی میباشد. این تکنولوژی های جدید مانند هوش مصنوعی، داده کاوی و یادگیری ماشین می توانند مکمل علم بازاریابی باشند. در این پژوهش اهمیت و کاربرد هوش مصنوعی در دیجیتال مارکتینگ به منظور ایجاد مزیت رقابتی مورد بررسی قرار گرفته است.

کلمات کلیدی:

دیجیتال مارکتینگ، بازاریابی دیجیتال، هوش مصنوعی، مزیت رقابتی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1780346>

