

الذكاء الاصطناعي بين كلاً من التسويق الاصطناعي والإعلان الذكي

م.د/ آلاء محمد السيد عبده

مدرس بقسم الإعلان - كلية الفنون التطبيقية - جامعة دمياط

allamohammed@du.edu.eg

ملخص البحث:

أصبح الذكاء الاصطناعي اليوم مفهوماً متداولاً في العديد من المجالات العلمية والتقنية والعلوم الإنسانية فوجود الهواتف الذكية بين أيدينا خير دليل على ذلك حيث أصبح من الضروري اقتناء أجهزة ذكية والتعامل ببرامج معلوماتية ذكية، كما يعد الذكاء الاصطناعي من أكثر المجالات نجاحاً في الوقت الحاضر حيث خرج من طور البحث إلى حيز التطوير والتوظيف. بدأ الذكاء الاصطناعي في أخذ محور الاهتمام عندما أُعتبر طفرة علمية خلال العقدين الماضيين نظراً للمهارات والإنجازات الفائقة التي نتجت عنه في مجالات متعددة منها الطب ومنظمات الأعمال التجارية والصناعية والتعليمية والأنظمة الأمنية، فالذكاء الاصطناعي أو التعلم الآلي يعتمد على الخوارزميات بغرض محاكاة عملية التعلم البشري.

وقد تأثر مجال التسويق والإعلان بالذكاء الاصطناعي فتبني نمو الذكاء الاصطناعي وتطويره أمر بالغ الأهمية للجهود التسويقية والإعلانية، حيث تستخدم المؤسسات برامج الذكاء الاصطناعي لتحسين كفاءتها وتقليل النفقات وتحسين صورتها الذهنية لدى المتلقين، مما ساعد في تطوير التصاميم والهياكل التشغيلية للمؤسسات.

ومفتاح نجاح الحملات التسويقية يكون من خلال تحليل نوعي لبيانات المتلقين ودراسة الفئة المستهدفة وعلى الرغم من أن الذكاء الاصطناعي يُستخدم من خلال مجموعة كبيرة من التطبيقات في العديد من المجالات العلمية، فإن كمية البيانات التي يتم تجميعها يومياً تمنح الفرصة لتحليل وتصميم وتنفيذ استراتيجيات تسويقية تهدف إلى تطوير أنماط صنع القرار القائمة على المعرفة الذكية.

يهتم البحث بالتأكيد على الدور الحيوي الذي يلعبه الذكاء الاصطناعي في جعل التسويق أكثر ذكاءً وتأثيراً وملائمةً للمتلقي، ولذلك من المتوقع خلال الفترة القادمة أن يتحول الذكاء الاصطناعي إلى ميزة أساسية وفعالة وذلك من أجل تعزيز الوجود والمنافسة الإعلانية.

الكلمات المفتاحية:

الذكاء الاصطناعي- تسويق الذكاء الاصطناعي - تعلم الآلة - التعلم العميق- إعلان الذكاء الاصطناعي (الإعلان الذكي)