

بازاریابی دیجیتال بر پایه هوش مصنوعی

مدیرعامل جوانی که پس از تجربه در آن سوی مرزها در حال انتقال دانش به کشور است

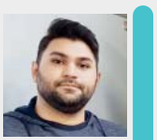
محسن سمسارپور

وقتی از فرار مغزها صحبت می‌کنیم، بدنیست گاهی از «قرار مغزها» در ایران نیز صحبت کنیم. مغزهای ایرانی که پس از کسب تجربه در کشورهای مطرح جهان در حوزه فناوری اطلاعات و پس از تحصیل علم به کشور باز می‌گردند تا بتوانند مشکلی را حل کنند. علی سمر، مدیرعامل یکی از استارتاپ‌های کشور، جوان ایرانی است که پس از سال‌ها تحصیل و فعالیت در خارج از کشور حالا در حال بومی‌سازی استفاده از هوش مصنوعی در حوزه بازاریابی دیجیتال است. او وقتی به ایران برمی‌گردد، فرصت‌های زیادی در حوزه فناوری اطلاعات وجود دارد. می‌گویند هر جا مشکلی باشد می‌توان یک کسب‌وکار نوپا ایجاد کرد و آنها سگمنتینو را با هدف یکپارچه‌سازی و خودکارسازی فعالیت‌های بازاریابی دیجیتالی راه‌اندازی می‌کنند. اما هوش مصنوعی چگونه به کمک کسب‌وکارهای نوپا می‌آید؟

خودکارسازی فعالیت‌ها

هر رفتار یک کاربر در فضای دیجیتال فرصتی است مناسب برای افرادی کـــه در حوزه بازاریابی دیجیتال فعالیت می‌کنند. هر رفتار، یک داده یا زنجیره‌ای از داده‌هاست که در کنار هم می‌تواند موجب شـــناخت شود. این روزها شناخت مشتریان و ارائه محتوای مناسب و متناســـب به آنها که از یک ســـو مورد علاقه کاربر باشد و از سوی دیگر نیازی از او را برطرف کند راهکار مناسبی در فضای بازاریابی دیجیتال است. صفحات سایت‌ها، تلفن‌های همراه، تبلت‌ها، گجت‌های پوشیدنی و... هر کدام داده‌های خاصی را تولید می‌کنند که با استفاده از الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌تواند موجب شناخت مناسب از کاربران در فضای دیجیتال شود. هوش مصنوعی با هدف ساده شدن زندگی مورد توجه قرار گرفته است. خودکارسازی فعالیت‌ها یکی از محصولات هوش مصنوعی است که می‌تواند کمک شایانی در کاهش فعالیت‌های انسانی در مسیر بهبود فرآیندها داشته باشد. استفاده از هوش مصنوعی در حوزه بازاریابی دیجیتالی این روزها بسیار مطرح است. هوش مصنوعی به شیوه‌های مختلفی در بازاریابی دیجیتالی تاثیرگذار است. از موتورهای جست‌وجوگر گرفته تا سایت‌های فروش محصولات همه نیازمند شناسایی دقیق کاربران و رفتار آنها هستند.

هرچقدر دانش یک کسب‌وکار نسبت به مخاطبان خود بیشتر باشد بهتر می‌تواند خدمات و محصولات خود را برای آنها شخصی‌ســـازی کند. فرض کنید قرار اســـت یک پیامک برای پیشنهاد یک سفر به شما ارسال شود، اگر کسب‌وکار با علایق شما آشنا باشد و بر اساس رفتار شما در فضای دیجیتال مانند جست‌وجوهای قبلی شما، مشاهده صفحات مختلف سایت‌ها و... شما را اهل سفرهای زیارتی تشخیص دهد، بهتر است سفر تخفیفی به یکی از شهرهای زیارتی مانند مشهد را به شما پیشنهاد کند. اما همین کســـب‌وکار احتمالا به دوست شما یا یکی دیگر از اعضای خانواده شما براساس علاقه‌مندی‌هایش سفر سیاحتی کیش یا قشم را با یک تخفیف ویژه پیشنهاد می‌کند. هوش مصنوعی با جمع‌آوری دقیق داده‌ها و ســـپس بررسی و تحلیل آنها دانش مناسبی از مشتریان را در اختیار کاربران قرار می‌دهد.



به گفته سمر، سگمنتینو به کســـب‌وکارها اجازه می‌دهـــد پیام‌هایی را به‌صورت خودکار، ولی شخصی‌ســـازی شده بـــرای کاربـــران خود براساس شناختی که به وسیله هوش مصنوعی به‌دست‌آمده ارسال کنند

سفر مشتری

هر کاربر در فضای دیجیتال سفرهای بسیاری را تجربه می‌کند. از خرید یک محصول دیجیتال یا فیزیکی در بستر فضای دیجیتال گرفته تا سفارش یک تاکسی اینترنتی همه تجارب و سفرهایی هستند که یک کاربر در فضای دیجیتال دارد. شناسایی دقیق سفر مشتری موجب می‌شود کســـب‌وکارها بینش مناسبی در مورد فرآیندهای خود به‌دست آورند. سمر، مدیرعامل استارتاپ سگمنتینو می‌گوید: «سیســـتم‌های پیشـــنهاددهنده اولین تجربه ما در ارائه خدمات به کسب‌وکارها بود، اما با بررسی دقیق نیاز کسب‌وکارها متوجه شدیم عدم شناخت دقیق کاربران یکی از مشکلات اساسی کسب‌وکارهاست. در مســـیر سفر مشـــتری یک کاربر به‌عنوان فردی ناشناس از یک نقطه شروع وارد سیستم شده و مسیری را طی می‌کند. ما سیستمی را طراحی کردیم که تمام تعاملات کاربر از لحظه شـــروع تا پایان را رصد می‌کند. در طول این مسیر احتمالا کاربر نیازمند یک‌سری اطلاعات جانبی برای طی کردن بهتر مسیر است. کسب‌وکارها با استفاده از سگمنتینو می‌توانند مسیر یا مسیرهایی را که قصد دارند کاربران طی کنند، طراحی کنند.» به گفته سمر، سگمنتینو در این مسیر به کسب‌وکارها اجازه می‌دهـــد پیام‌هایی را به‌صورت خودکار، ولی شخصی‌ســـازی شـــده برای کاربران خود براساس شـــناختی که به وسیله هوش‌مصنوعی و یادگیری ماشین به‌دست آمده ارسال کنند. این موضوع کمک می‌کند کاربران بیش از پیش به برند و کســـب‌وکار مدنظر وفادار شوند.

رقبای خارجی، مزیت رقابتی

بسیاری از کسب‌وکارهایی که شاید نمونه‌ای از یک کسب‌وکار خارجی هستند احتمالا یکی از مهم‌ترین مزایای رقابتی خود را قیمت مناســـب و غیر دلاری می‌دانند. لطفی، مدیر فنی سگمنتینو می‌گوید: «نمونه‌های خارجی و شاید شناخته شده در کشور که برخی از برندهای ایرانی با آنها وارد تعامل و فعالیت شده‌اند خدمات مناسبی را به کاربران ارائه می‌دهند و از آنجا که هزینه‌های آنها دلاری محاسبه می‌شود احتمالا خدمات گران‌قیمت‌تری نسبت به سگمنتینو را ارائه می‌دهند، اما مزیت رقابتی سگمنتینو خدماتی است که نسبت به رقبای خارجی ارائه می‌دهد.»

به گفته او یکی از مهم‌ترین مزایای خدمات سگمنتینو پرداخت در ازای استفاده است. هدف آنها ایجاد ارزش برای کسب‌وکارهاست. اگر کسب‌وکاری با استفاده از سگمنتینو سود کند، پس آنها هم سود کرده‌اند. از نظر فنی تمام ویژگی‌های رقبای خارجی مورد بررســـی قرار گرفته و ســـعی شـــده تمام این ویژگی‌ها در نمونه ایرانی در اختیار کســـب‌وکارها قرار بگیرد. یکی از مزیت‌های آنها نســـبت به نمونه‌های خارجی یکپارچگی کامل در تمام مســـیر است. به‌عنوان مثال کسب‌وکارها برای ارسال اعلان‌های خود می‌توانند از خدمات ارسال پیامک و نوتیفیکیشن که در درون سیستم وجود دارد، استفاده کنند. مدیر فنی سگمنتینو ادامه می‌دهد: «ما باور داریم یک کسب‌وکار جهانی هستیم و اگر قرار باشد در سطح اول جهان فعال باشیم باید بتوانیم با رقبای خارجی رقابت کنیم.» کسب‌وکارهای نوپای ایرانی که دنبال بازارهای جهانی هستند نه تنها از خروج ارز از کشور جلوگیری می‌کنند، بلکه با فروش خدمات و محصولات خود به دیگر کشورها موجب ارزآوری در کشور می‌شوند.

حفظ کاربران فعلی و افزایش رضایت

امروز در کشور بسیاری از کسب‌وکارها هزینه‌های زیادی برای جذب مشتریان جدید می‌کنند. ارزشمندی حضور مشتریان در فضای کســـب‌وکارها به حدی است که اکثر بودجه تبلیغاتی کسب‌وکارها به سمت جذب مشتریان جدید سوق داده می‌شود. سمر در این باره می‌گوید: «آمارهای جهانی نشان می‌دهد ارزشمندی حفظ کاربران فعلی و افزایش رضایت آنها پنج برابر سودآوری بیشتری نسبت به جذب مشـــتریان جدید برای کسب‌وکارها دارد. این موضوع موجب شـــد تا در سگمنتینو بیشـــتر به فکر افزایش رضایت کاربران فعلی کسب‌وکارها باشیم. هر کسب‌وکار در سگمنتینو می‌تواند مسیرهای کســـب‌وکاری خود را طراحی کند و تمـــام اطلاعات کاربران این کسب‌وکار توسط سگمنتینو ذخیره می‌شود.» به گفته او سگمنتینو از روز اول توان ارائه پیشنهادهای هوشمند به کاربران کسب‌وکار را دارد، ولی برای دریافت بهترین نتیجه و شناخت مناسب از کاربران دو هفته زمان لازم اســـت تا ســـگمنتینو بتواند رفتار کاربران سایت یا اپلیکیشـــن شما را شناسایی کند. پس از شناسایی دقیق کاربران سگمنتینو با استفاده از پیام‌های کاملا شخصی‌سازی شده و مناسب کاربر سعی در افزایش میزان رضایت کاربران و تبدیل آنها به کاربران پرداخت‌کننده هزینه دارد.

ارتباط انسان با انسان

وقتی اســـم هوش مصنوعی به میان می‌آید بســـیاری از افـــراد حس خوبی نســـبت به حذف انســـان از چرخه فعالیت کسب‌وکارها ندارنـــد، اما اگر هوش مصنوعی به درســـتی مورد اســـتفاده قرار گیرد موجب خواهد شد یک ارتباط انسانی مناسب شکل بگیرد. کرمی، مدیر توسعه کســـب‌وکار سگمنتینو می‌گوید: «فرض کنید مشتریان یک کسب‌وکار از طریق یک ســـایت اقدام به سفارش کالای فیزیکی می‌کنند، اگر سیستم پیام عمومی و خشکی را ارسال کند احتمالا افراد حس خوبی از تعامل با یک سیستم رایانه‌ای خشک و بی‌روح ندارند. حال فرض کنید در همین تعامل پیام‌ها کاملا شخصی‌سازی شده به دست مشتریان برسد، اگر طراح این پیام‌های هوشمند افرادی باشند که با شـــناخت دقیق از مشتری این پیام‌ها را طراحی می‌کنند، پس یک ارتباط انســـان با انسان شـــکل گرفته در حالی که بسیاری از فعالیت‌ها به‌صورت خودکار و ماشـــینی انجام شده است.»

تلاش

اگر مطالب این صفحه را می‌پسندید، عدد ۲ ۷۳۵ را به شماره ۳۰۰۰۱۱۲۲۶ پیامک کنید