

IMPACTUL INTELIGENȚEI ARTIFICIALE ASUPRA SOCIAL MEDIA MARKETINGULUI

Paula SCRINCIUC

Departamentul de Teorie Economică și Marketing, Grupa ML-231, Facultatea de Inginerie Economică și Business,
Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău, Republica Moldova

Autor: Scriniciuc Paula, e-mail: paula.scrinciuc@tem.utm.md

Tutor/coordinator: **Diana MEMEȚ**, doctor, lector universitar, UTM

Abstract. *Inteligența artificială (IA) a declanșat o transformare radicală în marketingul pe rețelele sociale (SMM), rescriind regulile interacțiunilor cu publicul. Această forță revoluționară permite companiilor să personalizeze experiența utilizatorilor, oferindu-le conținut relevant și captivant. IA automatizează sarcini repetitive, eliberând timp pentru strategii creative și oferind o asistență 24/7 prin chatbot-uri inteligente, sporind satisfacția clienților. IA duce campaniile de marketing la un nou nivel prin ținta precisă a reclamelor către segmente specifice de public, asigurând o eficiență maximă a investiției. Implementarea IA în SMM vine cu o serie de provocări care necesită o abordare responsabilă. Utilizarea responsabilă a IA, cu accent pe siguranța și confidențialitatea utilizatorilor, va permite companiilor să valorifice la maximum potențialul său, construind un marketing pe rețelele sociale etic, eficient și sustenabil, neputând să înlocuiască marketologii.*

Cuvinte-cheie. *marketing, inteligență artificială, audiență, strategie, afacere*

Inteligența artificială pentru SMM

Inteligența artificială (IA) este termenul folosit pentru a descrie emularea funcțiilor intelectuale umane de către mașini, cum ar fi învățarea, autocorectarea și raționamentul. Mai multe industrii, inclusiv marketingul pe rețelele sociale, sunt transformate de inteligența artificială. Impactul IA în marketing pe rețelele sociale este uriaș și vă voi demonstra în acest articol.

Termenul „social media marketing” (SMM) implică utilizarea site-urilor web de socializare pentru a promova o marcă, un produs sau un serviciu. Aceasta presupune realizarea de materiale pentru platformele de socializare, partajarea acestora acolo, interacțiunea cu urmăritorii și examinarea rețelelor sociale. În prezent, inteligența artificială este utilizată pe scară largă în SMM. Algoritmii IA sunt folosiți pentru o analiză de date pentru rețelele sociale și pentru a genera informații valoroase care pot fi folosite pentru optimizarea strategiilor de SMM. Chatboții alimentați de IA sunt utilizați pentru a oferi servicii pentru clienții platformelor de social media, în timp ce conținutul generat de IA este utilizat pentru a crea conținut personalizat pentru utilizatorii rețelelor sociale.

Platformele de social media folosesc, de asemenea, IA pentru a avea experiența utilizatorilor. De exemplu, Facebook folosește IA pentru a gestiona feed-urile de știri ale utilizatorilor și pentru a sugera prieteni cu care să se conecteze. Instagram folosește AI pentru a recomanda utilizatorilor postări și conturi de urmărit.

Mai mult, IA este utilizat pentru a face publicitatea pe rețele sociale. Algoritmii IA sunt folosiți pentru a viza reclamele către anumite date demografice și pentru a optimiza plasarea reclamelor. De asemenea, pentru a analiza metrice de social media și pentru a genera rapoarte care pot fi folosite pentru a folosi strategiile de publicitate pe rețelele sociale.

Cum influențează IA marketingul în rețelele sociale?

IA are un impact profund asupra SMM. Prin valorificarea puterii inteligenței artificiale, agenții de marketing din rețelele sociale pot analiza cantități mari de date și pot obține informații valoroase care pot fi folosite pentru a optimiza strategiile de marketing. De asemenea, este folosit pentru a crea conținut personalizat pentru utilizatorii rețelelor sociale, pentru a oferi servicii pentru clienți și pentru a îmbunătăți experiența utilizatorului.

Unul dintre avantajele cheie ale utilizării IA în SMM este capacitatea de a direcționa anunțurile către anumite categorii demografice. Algoritmii săi pot analiza datele utilizatorilor pentru a determina care utilizatori sunt cel mai probabil să interacționeze cu un anumit anunț și apoi să vizeze reclamele către acești utilizatori. Acest lucru poate duce la rate de implicare mai mari și campanii de publicitate mai eficiente.

Un alt beneficiu al utilizării tehnologiei IA în SMM este capacitatea de a automatiza sarcini precum crearea de conținut, programarea și analiza. Acest lucru permite marketerilor din rețelele sociale să se concentreze pe sarcini mai strategice, cum ar fi dezvoltarea de strategii de marketing și construirea de relații cu clienții.

Există multe exemple de succes de campanii în SMM bazate pe inteligență artificială. De exemplu, Coca-Cola a folosit inteligența artificială pentru a analiza conversațiile din rețelele sociale și pentru a identifica subiecte în tendințe, permițându-le să creeze conținut personalizat care a rezonat cu publicul țintă. În mod similar, Sephora a folosit chatbot-uri bazate pe inteligență artificială pentru a oferi recomandări de produse personalizate și pentru a îmbunătăți serviciile pentru clienți.

Experiența mea ca și Social Media Manager

Social Media Marketing-ul a fost un subiect fascinant pentru mine încă de la vârsta de 16 ani. Urmăream cu ochi ațintiți cum avansează an de an și cum se dezvoltă treptat, stârnind în mine curiozitatea de a descoperi mai multe. Mi-a luat ceva timp pentru a lua decizia de a studia și a aprofunda cunoștințele în acest domeniu.

Îndată ce am împlinit 18 ani, am procurat un curs de Branding Personal de la o specialistă în domeniu. Cursul a durat 3 luni și a inclus teme pentru acasă, curatori, suport, lectii interactive și, cel mai important, feedback și sprijin constant. Am simțit de la bun început că investiția a meritat, iar cunoștințele dobândite îmi vor permite să-mi recuperez banii cheltuiți.

După finalizarea cursului, am început să activez în domeniu, având primii mi-a venit. De 2 ani deja lucrez ca social media manager activând atât în proiecte personale, cât și în cadrul unei agenții de marketing. Voi recunoaște că apelez frecvent la inteligența artificială pentru a scrie texte la postări, a genera hashtag-uri relevante cu conținutul pe care urmează să îl postez sau chiar pentru a crea diverse fraze „call to action” pentru următorii paginilor pe care le administrez.

Totodată, am avut și experiențe mai puțin fericite cu inteligența artificială. De exemplu, când am apelat la ea pentru a seta o campanie publicitară, nu au fost la înălțimea așteptărilor. Drept urmare, am revenit la targetolog-ul companiei pentru a seta reclame din cabinetul său personal, la care are acces deoarece inteligența artificială nu este neapărat mereu eficient.

Avantajele și provocările IA în marketingul în rețelele sociale

În domeniul rețelelor sociale, AI aduce numeroase avantaje care pot îmbunătăți în mod semnificativ strategiile de marketing. Dar, alături de beneficii, există și provocări de care marketerii trebuie să le cunoască și să le abordeze pentru o implementare responsabilă.

Să explorăm mai întâi câteva dintre avantaje. Un beneficiu major este experiența îmbunătățită a utilizatorului. Algoritmii IA analizează datele utilizatorilor, cum ar fi comportamentul de navigare, datele demografice și interesele, pentru a oferi conținut personalizat, adaptat utilizatorilor individuali. Acest nivel de personalizare crește implicarea și satisfacția, ceea ce duce la rate de conversie mai mari și la loialitatea mărcii.

Un alt avantaj este moderarea conținutului. Cu miliarde de conținut partajat zilnic pe platformele de social media, poate fi dificil să filtrezi manual conținutul neadecvat sau dăunător.

Cu toate acestea, instrumentele bazate pe inteligență artificială pot detecta și filtra automat un astfel de conținut, asigurând un mediu online mai sigur pentru utilizatori.

Asistența pentru clienți este un alt domeniu în care IA strălucește. Chatbot-urile alimentate de algoritmi IA oferă clienților asistență și asistență instantanee non-stop. Acești roboți de chat pot gestiona interogări de rutină, îmbunătățind timpii de răspuns și eliberând resurse umane pentru sarcini mai complexe. Acest lucru duce la un serviciu îmbunătățit pentru clienți și la satisfacția generală a clienților.

Analiza datelor este un aspect crucial al succesului marketingului pe rețelele sociale, iar inteligența artificială le permite specialiștilor de marketing să obțină informații valoroase prin analiza datelor și informații. Instrumentele IA pot analiza cantități mari de date din rețelele sociale pentru a înțelege tendințele, preferințele clienților, analiza sentimentelor și multe altele. Acest lucru dă putere specialiștilor în marketing să ia decizii informate și să dezvolte strategii de marketing eficiente bazate pe date în timp real.

În timp ce IA în marketingul pe rețelele sociale oferă avantaje convingătoare, există și provocări potențiale care trebuie recunoscute. O provocare se învârtă în jurul preocupărilor legate de confidențialitate. Odată cu IA care analizează cantități masive de date despre utilizatori, apar îngrijorări cu privire la modul în care aceste date sunt colectate, stocate și utilizate. Asigurarea confidențialității și a securității datelor este crucială și necesită implementarea reglementărilor și a practicilor etice.

O altă provocare este problema părtinirii algoritmice. Algoritmii IA sunt antrenați pe seturi de date mari și, dacă aceste seturi de date conțin părtiniri, algoritmii pot perpetua distorsiunile existente în rezultatele lor. Acest lucru poate duce la practici discriminatorii care trebuie abordate pentru echitate și egalitate.

În plus, creșterea IA în rețelele sociale a dat naștere la noi forme de dezinformare și conținut fals. Utilizarea tehnologiei IA pentru a crea deepfake convingătoare - videoclipuri manipulate care par reale - prezintă riscuri pentru societate. Platformele trebuie să dezvolte în mod proactiv instrumente bazate pe inteligență artificială pentru a detecta și a combate dezinformarea în mod eficient.

Deplasarea locurilor de muncă este, de asemenea, o preocupare cu automatizarea IA crescută. Pe măsură ce IA preia anumite sarcini, cum ar fi serviciul pentru clienți sau crearea de conținut, în aceste industrii pot exista schimbări de locuri de muncă. Cu toate acestea, acest lucru deschide, de asemenea, noi oportunități în sectorul IA în sine, necesitând eforturi pentru recalificare și crearea de noi roluri.

În cele din urmă, există provocări de reglementare în domeniul IA în marketingul pe rețelele sociale. Reglementarea IA este o provocare din cauza naturii sale în evoluție, iar găsirea echilibrului între inovație și reglementare este vitală pentru asigurarea siguranței și confidențialității utilizatorilor.

Viitorul IA în marketingul Social Media

Viitorul tehnologiei IA în marketingul social media este promițător. Pe măsură ce tehnologia Inteligenței Artificiale continuă să evolueze, aceasta va avea un impact profund asupra modului în care marketerii abordează marketingul pe rețelele sociale. Potențialele progrese și descoperiri în tehnologia IA pentru marketingul pe rețelele sociale sunt vaste și variate.

Un potențial progres este utilizarea chatbot-urilor bazate pe inteligență artificială. Multe companii folosesc deja chatbot-uri pentru a gestiona întrebările legate de serviciile clienților pe platformele de social media. Cu toate acestea, cu tehnologia AI, chatbotii vor deveni și mai avansați, oferind răspunsuri personalizate și îmbunătățind experiența clienților.

O altă descoperire potențială este utilizarea inteligenței artificiale pentru a crea reclame în rețelele sociale hiper-direcționate. Analizând datele de pe platformele de social media și din alte surse, algoritmii IA pot crea reclame foarte direcționate, care au mai multe șanse să rezoneze cu anumite audiențe.

IA poate duce, de asemenea, la dezvoltarea unor instrumente mai sofisticate de ascultare a rețelelor sociale. Aceste instrumente pot analiza conversațiile pe platformele de social media și pot oferi informații despre comportamentul, preferințele și tendințele clienților.

În general, viitorul IA în marketingul pe rețelele sociale este luminos. Pe măsură ce tehnologia IA evoluează, va oferi marketerilor modalități noi și creative de a interacționa cu publicul țintă.

Concluzie

În concluzie, IA prezintă un set de instrumente puternic pentru marketingul pe rețelele sociale. Poate crea experiențe personalizate pentru utilizatori, poate automatiza sarcini oboșitoare precum moderarea conținutului și serviciul pentru clienți și poate debloca informații valoroase din cantități mari de date. IA poate chiar eficientiza crearea de conținut, eliberând timp pentru eforturi strategice de marketing.

Cu toate acestea, implementarea responsabilă este crucială. Preocupările privind confidențialitatea legate de colectarea și utilizarea datelor trebuie abordate. Prejudecățile algoritmice pot duce la o direcționare incorectă și sunt necesare măsuri solide pentru a detecta și elimina conținutul fals. În timp ce unele deplasări de locuri de muncă ar putea avea loc din cauza automatizării, probabil că vor apărea noi oportunități. În cele din urmă, navigarea peisajului de reglementare în evoluție din jurul IA în rețelele sociale va fi esențială.

Acordând prioritate siguranței și confidențialității utilizatorilor, atenuând în același timp aceste riscuri, companiile pot debloca întregul potențial al inteligenței artificiale și pot crea o cale pentru marketingul etic și eficient în rețelele sociale în viitor, dar nu va putea înlocui marketologia.

Surse Bibliografice:

- [1] David Meerman Scott, "Noile Reguli de Marketing și PR" Publica, 2010.
- [2] Dave Kerpen., "Likeable Social Media:How to Delight Your Costumers, Create an Irresistible Brand, and Be Generally Amazinf on Facebook(And Other Social Networks)" (prima ediție), McGraw-Hill, 2011.
- [3] Seth Godin, " Asta înseamnă marketing", Publica 2019
- [4] "Inteligența artificială (IA) în marketing online" [Site Online], accesat Martie 20, 2024 Valabil: <https://limitless.ro/blog/inteligenta-artificiala-marketing-online/>
- [5] [Site Online] "Cele mai bune 10 instrumente AI pentru social media!", accesat Martie 20, 2024, Valabil: <https://www.unite.ai/ro/10-best-ai-tools-for-social-media/>