

AI in Marketing



در مورد تمرین ارائه شده چه تجربه ای داشتید ؟

کجاها سریع تر و راحت تر پیش رفتید ؟

در چه مواردی هوش مصنوعی سوال بهتری پرسید ؟

کجاها مجبور شدید خروجی را اصلاح کنید ؟

کجاها متوجه کمبود اطلاعات شدید ؟

ارزش هوش مصنوعی ، فقط تولید محتوا نیست ، کمک به فهم ، ساختار بندی ، نقد و پیشبرد تصمیم است .

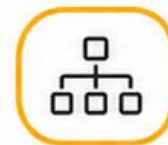


مزیت هایی که از هوش مصنوعی به دست می آورید :

سرعت



ساختاردهی



حفظ پیوستگی



سؤال سازی



تبدیل تحلیل به خروجی



تشخیص کمبود اطلاعات





انسان:

- اطلاعات واقعی می دهد .
- قضاوت می کند .
- اصلاح می کند .
- تأیید می کند .
- مسئول تصمیم نهایی است .





انسان:

- اطلاعات واقعی می دهد .
- قضاوت می کند .
- اصلاح می کند .
- تأیید می کند .
- مسئول تصمیم نهایی است .

AI:

- پیش نویس می سازد .
- گزینه پیشنهاد می دهد .
- سؤال می پرسد .
- تناقض پیدا می کند .
- خروجی را ساختار بندی می کند.



آماده سازی پروژه های مارکتینگ با هوش مصنوعی

آماده سازی پروژه های مارکتینگ با هوش مصنوعی



- کسب و کاری واقعی یا فرضی را برای تمرین های دوره انتخاب و معرفی کنید .
- نقش و مسئولیت خودتان را در این کسب و کار مشخص کنید .
- محصول یا خدمت، مشتریان اصلی و بازار کسب و کار را به اختصار توضیح دهید .
- بگویید در پایان تمرین ها می خواهید چه مسئله ای از کسب و کارتان را بهتر بشناسید یا حل کنید .
- هر جا اطلاعات کافی ندارید، صریحاً اعلام کنید تا AI به جای حدس زدن، آن را نیازمند بررسی بداند .
- تمام تمرین های دوره را در ادامه همین گفت و گو انجام دهید.

پرامیت مرور فشرده ماژول ۱

با توجه به کسب و کاری که معرفی کردم، یک مرور فشرده از مفاهیم ماژول ۱ انجام بده و در یک جدول مشخص کن:

۱. کسب و کار من بیشتر B2B است یا B2C و چرا؟
۲. نیاز، خواسته و تقاضای مشتری اصلی چیست؟
۳. ارزش پیشنهادی اولیه کسب و کار در یک جمله چیست؟
۴. مشتری چه ارزش‌هایی دریافت می‌کند و چه هزینه‌ها یا ریسک‌هایی می‌پذیرد؟
۵. رضایت یا موفقیت مشتری بعد از خرید با چه نشانه‌هایی مشخص می‌شود؟
۶. در کسب و کار من، فعالیت‌های مربوط به فروش و فعالیت‌های مربوط به بازاریابی را از یکدیگر تفکیک من، سپس مشخص کن کدام فعالیت‌ها بیش از حد بر فروش کوتاه‌مدت متمرکز شده‌اند و چه فعالیت بازاریابی مهمی کم‌رنگ یا حذف شده است.
۷. اگر اطلاعات کافی نیست، ابتدا حداکثر دو سؤال بپرس و موارد نامشخص را حدس زن.



این چند جمله در انتهای تمام پرامپت‌ها تکرار شود:

فقط از اطلاعات ارائه‌شده استفاده کن و اطلاعات جدید نساز.

تحلیل خودت را از اطلاعات قطعی من جدا کن.

موارد نامشخص را با عنوان **نیازمند بررسی** مشخص کن.

قبل از نتیجه‌گیری، حداکثر دو سؤال ضروری بپرس.

پاسخ را کوتاه، اجرایی و متناسب با همین کسب‌وکار ارائه بده.



در پایان هر تمرین، **شناسنامه به روز پروژه** را حداکثر در ۲۰۰ کلمه ارائه کن؛ شامل معرفی کسب و کار، هدف پروژه، اطلاعات قطعی، نتایج تأییدشده، فرضیات، موارد نیازمند بررسی و مرحله بعد.

در چت جدید فقط بنویسید:

این آخرین شناسنامه پروژه من است. آن را بخوان، وضعیت پروژه را کوتاه بازگو کن و تمرین بعدی را بر اساس آن ادامه بده.



هوش مصنوعی در بازاریابی چه کارهایی را نباید انجام دهد؟

هوش مصنوعی چه کارهایی را **نباید** انجام دهد



1. **تصمیم‌گیری نهایی**
انتخاب راهبرد، بازار هدف یا اقدام نهایی باید با انسان باشد .
2. **حدس زدن اطلاعات گمشده**
AI ممکن است جای داده‌های واقعی، پاسخ‌های باورپذیر اما نادرست بسازد .
3. **تضمین صحت اطلاعات و منابع**
هر عدد، ادعا، تحلیل و منبع مهم باید اعتبارسنجی شود .
4. **درک کامل زمینه کسب‌وکار**
AI همه محدودیت‌ها، روابط، فرهنگ سازمانی و واقعیت بازار را نمی‌شناسد .
5. **پیش‌بینی قطعی رفتار مشتری و بازار**
خروجی AI سناریو و احتمال است، نه آینده قطعی .
6. **قضاوت اخلاقی و تشخیص حساسیت‌ها**
پیام‌های حساس، تبعیض‌آمیز، حقوقی یا آسیب‌زننده نیازمند کنترل انسانی‌اند .
7. **حفظ کامل حافظه و پیوستگی پروژه**
ممکن است بخشی از زمینه، تصمیم‌های قبلی یا جزئیات پروژه را از دست بدهد .
8. **پذیرش مسئولیت نتیجه**
AI پیشنهاد می‌دهد؛ اما مسئولیت تصمیم، اجرا و پیامدها همچنان با انسان است .