





**MAHAN BUSINESS
SCHOOL**



20

Dr. Hamid Attari

09127802040

Hamid_attari@yahoo.com

25



Dr. Hamid Attari (AI-Powered Marketing) – Mahan Business School



AI Marketing

AI-Powered Marketing

Presented By: Dr. Hamid Attari

Mahan Business School



بازاریابی مبتنی بر هوش مصنوعی

AI-Powered Marketing

از تحلیل تا اقدام

اهداف کلاس:

سافت‌وار کلاس:



بفش عملی
۲.۵ ساعت



بفش نظری
۲.۵ ساعت

آشنایی با مفاهیم و کاربردهای هوش مصنوعی در بازاریابی نوین

درک پیچیدگی استفاده از AI برای تحلیل داده‌های مشتریان

کسب مهارت‌های عملی در استفاده از ابزارهای AI

آشنایی با ترندهای آینده AI در بازاریابی



مقدمه‌ای بر هوش مصنوعی در بازاریابی

نقش داده‌ها و الگوریتم‌ها

داده‌ها سوخت هوش مصنوعی هستند
مجموعه عظیمی از داده‌های مشتریان توسط سیستم‌های AI تحلیل می‌شوند
الگوریتم‌های یادگیری ماشین، الگوها و بینش‌های پنهان را کشف می‌کنند
تصمیمات بازاریابی آگاهانه‌تر و مؤثرتر می‌شوند

تعریف AI و ML در بستر بازاریابی

هوش مصنوعی (AI) به شبیه‌سازی فرآیندهای هوش انسانی توسط ماشین‌ها اطلاق می‌شود. یادگیری ماشین (ML) زیرمجموعه‌ای از AI است که به سیستم‌ها امکان می‌دهد از داده‌ها یاد بگیرند.

در بازاریابی، AI و ML به معنای استفاده از الگوریتم‌ها و مدل‌های داده‌محور برای خودکارسازی، بهینه‌سازی و شفافی‌سازی فعالیت‌های بازاریابی است.

کاربردهای اصلی AI در بازاریابی



تحلیل داده



شفاف‌سازی



پیام‌ها



تولید محتوا

تکامل بازاریابی



🔍 ترندهای برتر AI در بازاریابی 2025

هایپر-شخصی‌سازی (Hyper-personalization)

شخصی‌سازی فراتر از نام و نام خانوادگی، با ارائه محتوا و پیشنهادهای کاملاً متناسب با نیازهای لمذهای هر کاربر



تولید محتوای مبتنی بر AI

استفاده از مدل‌های زبان بزرگ (LLMs) و مدل‌های تولید تصویر/ویدئو برای تولید خودکار محتوای بازاریابی



بینایی کامپیوتر برای ردیابی برند

استفاده از AI برای شناسایی لوگو، محصولات و سایر عناصر برند در تصاویر و ویدئوهای آنلاین



تملیل سفر مشتری در لمذه

رصد و تملیل لمذهای تعاملات مشتری در تمام نقاط تماس برای بهینه‌سازی فوری کمپین‌ها



بازاریابی فراگیر (AR/VR)

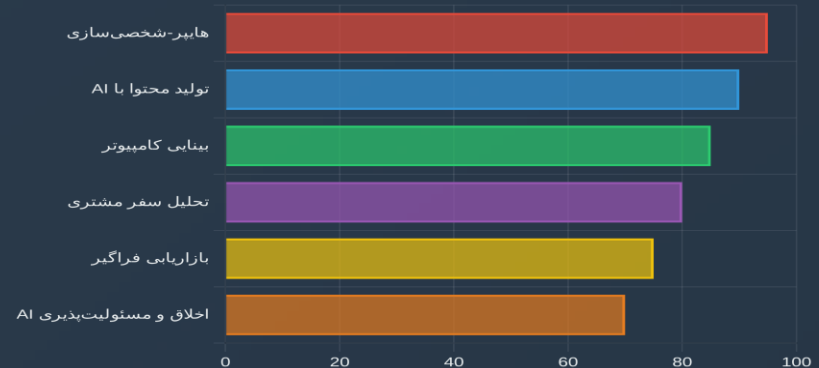
ادغام AI با واقعیت افزوده و مجازی برای ایجاد تجربیات بازاریابی تعاملی و جذاب



📈 اهمیت ترندهای AI در بازاریابی

بازار جهانی AI در بازاریابی تا سال 2028 به بیش از 100 میلیارد دلار خواهد رسید. برندهایی که از اتوماسیون هوشمند استفاده می‌کنند، در زمینه‌های تعامل با مشتری، حفظ مشتری و ROI از رقبای خود پیشی می‌گیرند.

🎯 میزان اهمیت ترندهای AI در بازاریابی 2025



فوشه‌بندی و تقسیم‌بندی مشتریان

فوشه‌بندی (Clustering) فرآیند گروه‌بندی مشتریان بر اساس شباهت‌های رفتاری یا جمعیتی است. الگوریتم‌هایی مانند K-Means و Decision Trees به بازاریابان کمک می‌کنند تا بخش‌های مشتریان را شناسایی کنند.

مثال: فوشه‌بندی مشتریان فروشگاه آنلاین

- فوشه 1: خریداران متعهد خرید منظم، سبد خرید بزرگ
- فوشه 2: خریداران حساس به قیمت خرید در زمان تفریف
- فوشه 3: خریداران تفریحی خرید نامنظم، محصولات فاسد
- فوشه 4: خریداران جدید اولین خریدها، جستجوی زیاد

منابع داده‌های مشتریان

 داده‌های رفتاری رفتار کاربر در وب‌سایت، زمان صرف شده، کلیک‌ها	 داده‌های تراکنشی تاریخچه خرید، مبلغ تراکنش، محصولات خریداری شده
 داده‌های بصری تصاویر و ویدئوهای تولید شده توسط مشتریان	 داده‌های شبکه‌های اجتماعی لایک‌ها، کامنت‌ها، اشتراک‌گذاری‌ها، هشتگ‌ها

پیش‌بینی رفتار مشتری و ترندهای بازار

AI با استفاده از الگوریتم‌های پیش‌بینی‌کننده می‌تواند رفتار آینده مشتریان را پیش‌بینی کند:

پیش‌بینی خرید بعدی

+40%

افزایش نرخ تبدیل با پیشنهادات هدفمند

پیش‌بینی ریزش مشتری

-25%

کاهش ریزش مشتری با اقدامات پیشگیرانه

تکنیک‌های تحلیل داده با AI

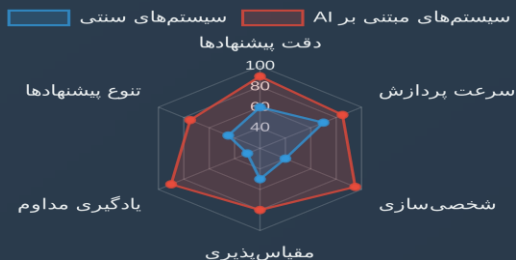


شخصی سازی و اتوماسیون کمپین ها

سیستم های پیشنهاددهنده (Recommender Systems)



سیستم های پیشنهاددهنده از الگوریتم های AI برای پیشنهاد محصولات یا محتوای مرتبط به کاربران استفاده می کنند. این سیستم ها می توانند بر اساس تاریخچه خرید کاربر، محصولات مشاهده شده، یا حتی رفتار کاربران مشابه، پیشنهادهای شخصی سازی شده ارائه دهند.



پرسونای دینامیک و شخصی سازی



به بازاریابان امکان می دهد پرسوناهای مشتری را بر اساس رفتارهای دینامیک و در حال تغییر آنها ایجاد کنند. این پرسوناهای دینامیک، امکان طراحی کمپین هایی را فراهم می کنند که در لحظه و بر اساس تعاملات جاری مشتری، محتوا و پیشنهادهای خود را تطبیق می دهند.



تبلیغات هوشمند و بهینه سازی فلاقانه



مزایای تبلیغات هوشمند با AI:

- افزایش نرخ کلیک (CTR) تا 30%
- کاهش هزینه تبلیغات تا 25%
- افزایش نرخ تبدیل تا 40%
- بهینه سازی بودجه تبلیغاتی
- تست A/B فودکار برای عناصر فلاقانه

اتوماسیون بازاریابی با AI



مدیریت شبکه های اجتماعی

ایمیل های شخصی سازی شده

مدیریت روابط با مشتری

امتیازدهی به سرنگ ها



تولید محتوا با AI

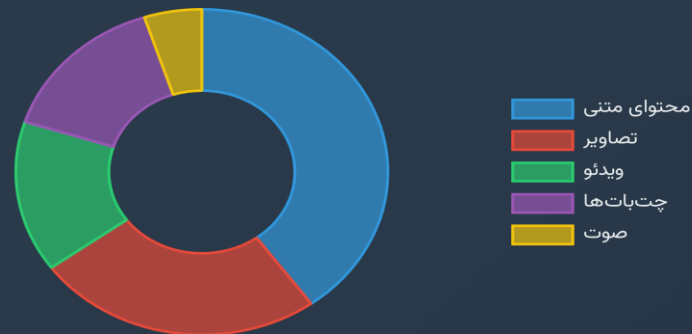
تولید محتوای بصری و ویدئویی



ابزارهای کلیدی:

- **DALL-E 2 / Midjourney:** تولید تصاویر فلاقانه
- **Crayo:** ویدئوهای کوتاه و کلیپ‌های تبلیغاتی

انواع محتوای تولیدی با AI



تولید محتوای متنی با LLMها



کاربردها در بازاریابی:

- تولید مقالات بلاگ و محتوای وبسایت
- کپشن‌های شبکه‌های اجتماعی
- ایمیل‌های بازاریابی و خبرنامه‌ها
- توضیحات محصول و اسکرپت‌های تبلیغاتی

چت‌بات‌ها و دستیارهای مجازی



Dialogflow

رابطه‌های مکالمه‌ای پیشرفته



Chatfuel

چت‌بات‌های فیس‌بوک مستر

📌 بفش عملی

در بفش عملی کلاس، شرکت‌کنندگان با ابزارهای کاربردی AI در بازاریابی آشنا می‌شوند و به صورت عملی با آن‌ها کار می‌کنند. هدف این بفش، کسب مهارت‌های عملی و کاربردی است که بلافاصله قابل استفاده در کسب‌وکار باشند.

✂ کارگاه‌های عملی

کارگاه تحلیل داده مشتریان

آشنایی با Google Colab، Power BI و کتابخانه‌های پایتون برای فوشه‌بندی مشتریان و تحلیل امساعات



کارگاه تولید محتوا

کار با ChatGPT، Jasper AI، DALL-E 2 و Lexica Art برای تولید متن، تصویر و ویدئو



کارگاه اتوماسیون و کمپین‌های هوشمند

آشنایی با Zapier، Gumloop و Albert.ai برای اتوماسیون بازاریابی و بهینه‌سازی کمپین‌ها



کارگاه چت‌بات و تعامل با مشتری

طراحی چت‌بات با Chatfuel و Dialogflow و بررسی کاربردهای AR/VR در بازاریابی

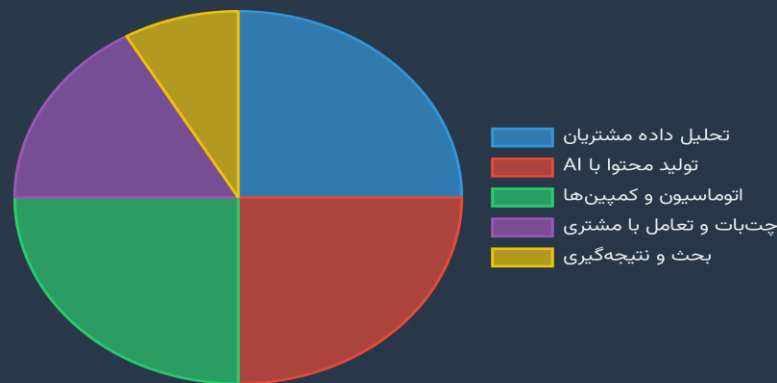


بمٹ و نتیجه‌گیری

پرسش و پاسخ، جمع‌بندی مطالب و معرفی منابع بیشتر برای مطالعه و یادگیری



📊 توزیع زمانی کارگاه‌ها



پنجمین اندازه آینده AI-Powered Marketing

آینده AI-Powered Marketing به سمت هوشمندی بیشتر، شفافی سازی عمیق تر و اتوماسیون گسترده تر پیش می رود. انتظار می رود AI نه تنها وظایف تکراری را خودکار کند، بلکه به بازاریابان در تصمیم گیری های استراتژیک و فلاقانه نیز کمک کند.

ادغام با فناوری های نو ظهور

ادغام AI با Web3 و متاورس
استفاده از NFT ها در کمپین های بازاریابی
بازاریابی مبتنی بر بلاکچین

تمول نقش بازاریابان

تمرکز بر استراتژی به جای وظایف تکراری
نیاز به مهارت های جدید (تحلیل داده، پرامپت نویسی)
همکاری نزدیک تر انسان و AI

بهترین شیوه های اخلاقی در AI-Powered Marketing

سیاست های شفاف مریم خصوصی

طراحی انسان محور

ممیزی منظم الگوریتم ها

تنوع در تیم های توسعه AI

ملاحظات اخلاقی در استفاده از AI

مریم خصوصی و امنیت داده ها

رعایت مقررات GDPR و CCPA، ذخیره سازی ایمن داده ها و کسب رضایت مشتری

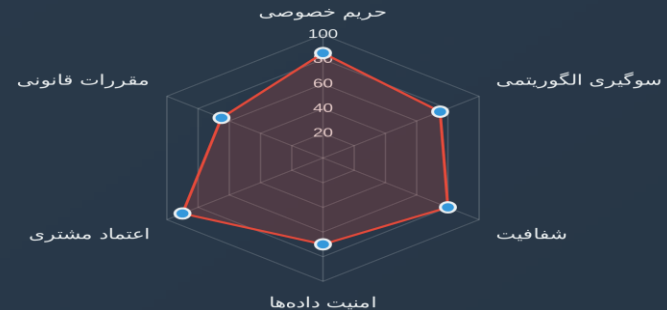
سوگیری در الگوریتم های AI

شناسایی و رفع سوگیری ها در داده های آموزشی و توسعه الگوریتم های عادلانه

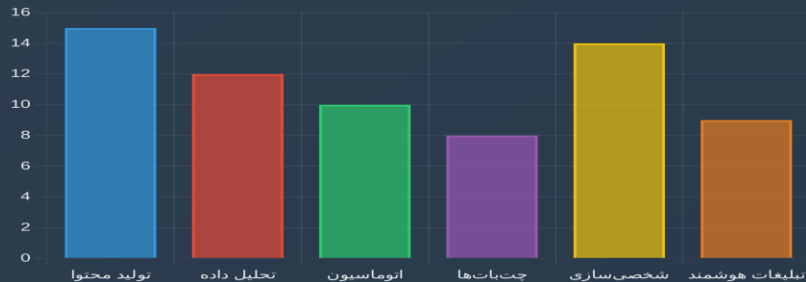
شفافیت و مسئولیت پذیری

توضیح نحوه عملکرد سیستم های AI و داده های مورد استفاده در تصمیم گیری ها

چالش های اخلاقی AI در بازاریابی



ابزارهای کاربردی AI در بازاریابی



کتابها و مقالات



AI for Marketing & Product Innovation

نویسندگان: A. K. Pradeep, Andrew Appel, Stan Sthanunathan
سال انتشار: 2025

Marketing Artificial Intelligence

نویسندگان: Paul Roetzer, Mike Kaput
سال انتشار: 2022

The Impact of AI on Modern Marketing

ژورنال: Journal of Marketing Research
سال انتشار: 2024

Ethical Considerations in AI-Powered Marketing

ژورنال: Harvard Business Review
سال انتشار: 2023

وبسایتها و منابع آنلاین



AI Marketing Hub

aimarketinghub.com
مطالعات موردی و راهنماها

Marketing AI Institute

marketingaiinstitute.com
مقالات، پادکست ها و ویدئوها

HubSpot Blog

blog.hubspot.com
راهنماهای کاربردی AI در بازاریابی

Towards Data Science

towardsdatascience.com
مقالات تخصصی درباره AI

دریافت اطلاعات بیشتر



برای دریافت منابع تکمیلی، نمونه کدها و فایل های کارگاه های عملی، ایمیل خود را به آدرس زیر ارسال کنید:

ai-marketing-workshop@example.com

دوره های آموزشی آنلاین



AI for Marketing (Coursera)

ارائه دهنده: دانشگاه کلمبیا
مدت زمان: 6 هفته

AI Tools for Digital Marketing (Udemy)

ارائه دهنده: Digital Marketing Institute
مدت زمان: 12 ساعت

Data-Driven Marketing with AI (LinkedIn Learning)

ارائه دهنده: LinkedIn
مدت زمان: 8 ساعت

