

# ΕΙΣΑΓΩΓΗ

**Η** ενασχόληση με την τεχνητή νοημοσύνη, ιδιαίτερα στο σκέλος που αφορά στην εφαρμογή της στην καθημερινότητα του μάρκετινγκ, δεν περιορίζεται απλά στην προσδοκία να παραμείνει η επιχείρησή μας επίκαιρη ενόψει μιας επερχόμενης τεχνολογικής επανάστασης. Τα χαρακτηριστικά που συγκεντρώνει δημιουργούν την πεποίθηση ότι η εμπνευσμένη χρήση της στο επιχειρηματικό περιβάλλον μπορεί να αποτελέσει χρυσή ευκαιρία για όποιον επιθυμεί να σχεδιάσει ένα καινοτόμο πακέτο προσφερόμενης αξίας προς την αγορά, αναβαθμίζοντας έτσι την ανταγωνιστική του στρατηγική.

Η δυνατότητα να αλληλεπιδρά σε πραγματικό χρόνο με ένα πλήθος διαφορετικών ψηφιακών εφαρμογών και εργαλείων, επιλύει το πρόβλημα του κατακερματισμού των δεδομένων που αφορούν στη δραστηριότητα των πελατών μας. Η κεντρική συλλογή και η συνδυαστική επεξεργασία τους μας επιτρέπει να βελτιώσουμε το επίπεδο κατανόησης των αναγκών και των επιθυμιών τους αλλά και να αποκτήσουμε μία αυθεντική εικόνα της αντίληψης που διατηρούν για την επωνυμία και τα προϊόντα μας. Κυρίως, όμως, μας δίνει την ευκαιρία να υλοποιούμε διακαναλικές δράσεις, αναπτύσσοντας συνέργειες μεταξύ των διαφορετικών προωθητικών εργαλείων, τέτοιες που να κλιμακώνουν το αγοραστικό ενδιαφέρον και να μεγιστοποιούν τις πιθανότητες επιτυχίας.

Η χρήση της φυσικής γλώσσας ως νέου τρόπου επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων και των μηχανών, αναδιαμορφώνει πλήρως το τοπίο σε μία σειρά εφαρμογών που αφορούν στην πληροφόρηση και την εξυπηρέτηση των καταναλωτών. Ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά

στην αυτοματοποίηση της υποστήριξης μέσω ψηφιακών βοηθών, αντιμετωπίζει τη βασική αδυναμία τους να ανταποκριθούν σε σύνθετα αιτήματα και πολύπλοκες ροές συζητήσεων. Υπερβαίνοντας τον τυποποιημένο και ρητό σχεδιασμό των δενδροειδών ερωταπαντήσεων, διευρύνει με εκπληκτικό τρόπο τους ορίζοντες της βοήθειας που μπορούμε να προσφέρουμε στους πελάτες μας, σε πολλά στάδια και πτυχές της αγοραστικής διαδικασίας. Η αυτοματοποιημένη συμβουλευτική καθοδήγηση, η νοηματική αναζήτηση, αλλά και η εκτέλεση ενεργειών αυτοεξυπηρέτησης είναι λίγες μόνο από αυτές τις νέες επιλογές που εντάσσονται πλέον στο οπλοστάσιό μας.

Οι προωθημένες δημιουργικές ικανότητες, που περιλαμβάνουν την παραγωγή κειμένων, εικόνων και πολλών άλλων μορφών οπτικοακουστικού και εικαστικού υλικού, καλύπτουν την ακόρεστη ανάγκη μας για δημιουργία νέου, ενδιαφέροντος και σχετικού περιεχομένου. Ανάγκη, που υπαγορεύεται από την τεράστια παλέτα των ψηφιακών μέσων που χρησιμοποιούμε για την πώληση και την προβολή των προϊόντων μας, όπως τα eshops, τα marketplaces, τα social media, οι μηχανές αναζήτησης και πολλά άλλα, η οποία, ωστόσο, προσέκρουε μέχρι σήμερα στον όγκο της απαιτούμενης εργασίας, καθώς και στην κάλυψη των ειδικών μεθοδολογικών και τεχνικών προδιαγραφών που προϋποθέτει η δημοσίευση υλικού σε κάθε ένα από αυτά.

Η προσωποποίηση των ενεργειών προώθησης οδηγεί σε κάποιου είδους ατομικοποίησης της γενικής αγοράς. Η αντιμετώπιση καθενός από τους πελάτες μας ως ένα αυτόνομο τμήμα με τα δικά του καταναλωτικά χαρακτηριστικά, επιτρέπει τη συγκέντρωση της μέγιστης επικοινωνιακής δύναμης σε κάθε εμπορικό στόχο ξεχωριστά. Πολύ περισσότερο, όταν οι δυνατότητες προσαρμογής δεν περιορίζονται μόνο στον τομέα της προβολής, αλλά επεκτείνονται και σε άλλα στοιχεία, όπως στην εξυπηρέτηση, στην τιμολόγηση και -πολλές φορές- ακόμη και στη διαμόρφωση των ίδιων των προϊόντων.

**Ο αντίκτυπος της πρακτικής εφαρμογής όλων αυτών των προχωρημένων δυνατοτήτων της Τεχνητής Νοημοσύνης, είναι τόσο ισχυρός, που προσλαμβάνει πλέον ολοκληρωτικά χαρακτηριστικά. Κι αυτό**

**γιατί το μίγμα μάρκετινγκ δεν προσχεδιάζεται βάσει του κοινού, όπου πρόκειται γενικά να απευθυνθεί, αλλά προσαρμόζεται δυναμικά στα συμπεριφορικά δεδομένα του ατόμου που επιχειρεί κάθε φορά να προσελκύσει. Με άλλα λόγια, διαμορφώνει ένα προσωπικό πακέτο προσφερόμενης αξίας για κάθε έναν από τους πιθανούς πελάτες μας.**

Στον πυρήνα αυτής της προσέγγισης βρίσκεται η δυνατότητα των μηχανισμών μηχανικής μάθησης να προβλέπουν με ακρίβεια τις τάσεις, τις επιθυμίες και τις πιθανές αντιδράσεις των καταναλωτών σε συγκεκριμένα ερεθίσματα. Ανιχνεύοντας σε πραγματικό χρόνο περίπλοκα μοτίβα που ταυτίζονται με συμπεριφορές εκατομμυρίων περιπτώσιολογικών μελετών, μπορούν όχι μόνο να κάνουν τις απαραίτητες αναγωγές που θα τους οδηγήσουν σε συμπεράσματα για το τι πρόκειται να συμβεί, αλλά και να υποδείξουν τις ενέργειες που θα επιταχύνουν τις εξελίξεις προς όφελός μας.

Είναι ωστόσο αλήθεια ότι τα ζητήματα που σχετίζονται με την εφαρμογή της Τεχνητής Νοημοσύνης στο επιχειρηματικό περιβάλλον, βρίσκονται ακόμη σε πρώιμο στάδιο αξιοποίησης στην καθημερινή πρακτική. **Και παρά το γεγονός ότι η επόμενη μέρα περιγράφεται από πολλούς ειδικούς ως η μεγάλη επανάσταση που θα αναμορφώσει εντελώς τον τρόπο ανάπτυξης και προώθησης των προϊόντων, εντούτοις αυτή δεν πρόκειται να συμβεί από την ύπαρξη αυτών καθ' αυτών των τεχνικών δυνατοτήτων, καθώς η τεχνολογική εξέλιξη δεν αποτελεί συνήθως τον προορισμό, αλλά την αφετηρία να ανταποκριθούμε με έναν διαφορετικό τρόπο στα προβλήματα που απασχολούν την επιχείρηση και το κοινό μας.**

Σε αυτό το πλαίσιο, ο σκοπός αυτού του βιβλίου δεν είναι τόσο να παράσχει στον αναγνώστη μία περιήγηση στο πλήθος των εργαλείων της Τεχνητής Νοημοσύνης, όσο να προσδώσει ένα κεντρικό επιχειρηματικό νόημα στη χρήση τους. Υπό αυτό το πρίσμα, το κρίσιμο μέγεθος δεν είναι τα λειτουργικά τους χαρακτηριστικά, αλλά ο ρόλος που μπορούν να διαδραματίσουν στη διαμόρφωση και την εφαρμογή ενός ακατανίκητου μοντέλου μάρκετινγκ. Το Ολοκληρωτικό Μάρκετινγκ!

Έτσι κι αλλιώς, η αποκλειστική εστίαση στο τεχνολογικό αντικείμενο μπορεί να αποδειχθεί επισφαλής και για έναν ακόμη λόγο. Η Τεχνητή Νοημοσύνη θα βρεθεί το επόμενο διάστημα στη δίνη έντονων οικονομικών, κοινωνικών και ηθικών αντιθέσεων. Οι επιφυλάξεις που εγείρονται σχετικά με τη διαφύλαξη της ιδιωτικότητας των δεδομένων και του ορισμού της έννοιας της χειραγώγησης, είναι πιθανόν να οδηγήσουν σε κανονισμούς και ρυθμίσεις που θα περιορίσουν σημαντικά τα τεχνικά όρια της. Επιπλέον, προβληματισμοί θα αναπτυχθούν για τη διαφάνεια στον τρόπο λειτουργίας της, αλλά και για την ιδιοκτησία της ευθύνης των αυτοματοποιημένων δράσεων που υλοποιούνται, καθώς αυτή αυτονομείται από τους δημιουργούς της.

Στο κοινωνικό επίπεδο, η ενδεχόμενη απώλεια θέσεων εργασίας ως αποτέλεσμα της εργασιακής αναδιάρθρωσης που θα επιφέρει, θα ενισχύσει τις αντιστάσεις στη γρήγορη διάδοση και αποδοχή της. Αλλά και οι προκαταλήψεις που είναι πιθανόν να αναπαράγει ως μέρος της μηχανικής μάθησής της, θα εντείνουν τους φόβους για διακρίσεις, τόσο στην ανάλυση των δεδομένων, όσο και στον τρόπο συμμετοχής της στη λήψη αποφάσεων. Πολύ περισσότερο, όταν αυτές αφορούν σε ευαίσθητα θέματα, όπως οι προσλήψεις προσωπικού ή η εμπορική πίστη.

Από την άλλη μεριά, καθώς η εισαγωγή της Τεχνητής Νοημοσύνης στην καθημερινότητα θα αμβλύνει σταδιακά τον φόβο του αγνώστου και θα απομυθοποιεί τις δυνατότητές της, θα αρχίσουν να διαφαίνονται και τα οφέλη της χρήσης της για τους καταναλωτές. Η προσωποποίηση της αγοραστικής εμπειρίας θα αποφορτίσει, για πρώτη φορά μετά από δεκαετίες, το τεράστιο επικοινωνιακό φορτίο που δέχονται καθημερινά από μη σχετικές προωθητικές και άλλες εμπορικές ενέργειες. Επιπροσθέτως, η ποιότητα της εξυπηρέτησης που λαμβάνουν από τις επιχειρήσεις θα βελτιωθεί σημαντικά, ως αποτέλεσμα της αυξημένης κατανόησης των αναγκών τους για υποστήριξη. Αλλά και στον τομέα της ασφάλειας, η έγκαιρη ανίχνευση της απάτης και η αυτοματοποιημένη αντιμετώπισή της, θα βοηθήσουν στην ενίσχυση της συναλλακτικής εμπιστοσύνης και την προστασία των πλέον ευάλωτων καταναλωτών, όπως οι ηλικιωμένοι, τα παιδιά και οι λιγότερο εξοικειωμένοι με τη χρήση των υπηρεσιών του διαδικτύου.

Τέλος, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η βιβλιογραφική αποτύπωση των προοπτικών ενός τεχνολογικού φαινομένου που βρίσκεται σε πλήρη κινητικότητα, διατρέχει τον κίνδυνο να περιλαμβάνει πληροφορίες και παραδοχές που θα ξεπεραστούν γρήγορα από τις εξελίξεις. Ακόμη κι έτσι, ο αναγνώστης θα βρει ένα πρώτο στέρεο έδαφος για να αναπτύξει τη σχέση του με ένα αντικείμενο που, πριν αλλάξει τον κόσμο, θα μεταμορφώσει την εταιρεία του και θα οξύνει την επιχειρηματική του διορατικότητα.

# ai

AI Marketing: Περί τίνος πρόκειται