

DOI: <https://doi.org/10.53486/sstc2024.v1.40>

CZU: 339.138:004.8

THE DIGITAL MARKETING REVOLUTION: USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR GROWTH AND SUCCESS

REVOLUȚIA MARKETINGULUI DIGITAL: UTILIZAREA INTELIGENȚEI ARTIFICIALE PENTRU CREȘTERE ȘI SUCCES

REPETUH Elena, studentă, specialitatea: MKL

Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
+37369215437
Email: lenarepetuh@gmail.com

Abstract: Artificial intelligence (AI) is a branch of computer science that deals with the creation of intelligent agents, which are systems that can reason, learn and act autonomously. AI has a significant impact on many areas of life, including economics, medicine, transport, education and entertainment. Digital marketing is the set of strategies and techniques for promoting products or services through digital channels such as the internet, mobile phones, social networks and other online platforms. In today's world, where consumers spend much of their time online, digital marketing has become essential for any business to attract, engage and convert customers. Artificial Intelligence (AI) has emerged as a revolutionary force, opening new frontiers in digital marketing. Google, a powerful and world-renowned company, noted that "Artificial intelligence can be a powerful tool for creativity, helping marketers generate new and innovative ideas." AI offers a wide range of tools and techniques that can transform marketing strategies, delivering greater efficiency, deeper personalisation and stronger connectivity with customers.

Key Words: artificial intelligence, marketing, digitalization, optimization, creativity

JEL CLASSIFICATION: M31, O14

INTRODUCERE

Inteligența Artificială a cunoscut o creștere semnificativă în ultimii ani, devenind o forță importantă care influențează diverse domenii ale vieții. De la asistenți virtuali care ne organizează ziua, la mașini autonome care ne conduc pe drumuri, IA se integrează tot mai mult în realitatea noastră. Poate automatiza sarcini repetitive și consumatoare de timp, sporind productivitatea și eficiența în diverse industrii. Inteligența Artificială revoluționează și marketingul digital, devenind o unealtă puternică pentru companiile care doresc să își optimizeze campaniile și să își sporească impactul asupra publicului țintă. Philip Kotler a subliniat: "Inteligența artificială nu va înlocui marketerii, ci îi va face super-marketeri." Această temă are următoarele obiective:

- Investigarea impactului inteligenței artificiale asupra segmentării pieței;
- Analiza beneficiilor inteligenței artificiale pentru marketing;
- Evaluarea impactului asupra campaniilor de marketing;
- Identificarea și analizarea exemplelor de implementare a inteligenței artificiale în strategiile de marketing, cu scopul de a evalua impactul și eficiența acestora în diverse domenii ale marketingului;
- Analiza nivelului de digitalizare în Republica Moldova.

Prezenta analiză se bazează pe o serie de surse bibliografice relevante, incluzând studii academice, rapoarte ale organismelor internaționale, articole de specialitate și date statistice oficiale.

CONȚINUT DE BAZA

Numeroase companii au început deja să implementeze soluții IA în strategiile lor de marketing, cu rezultate promițătoare. Exemple de inteligență artificială ajutătoare pentru marketeri, pot fi:

- Chatbots: pot oferi asistență 24/7, pot răspunde la întrebări frecvente și pot recomanda produse sau servicii relevante, adaptate intereselor fiecărui utilizator;
- Motoare de recomandare: analizează istoricul achizițiilor și preferințele clienților pentru a recomanda produse personalizate pe care aceștia le-ar putea aprecia;
- Segmentare IA: permite marketerilor să își segmenteze audiența cu o precizie uimitoare, permițându-le să se concentreze pe cei mai promițători clienți;
- Generatoare de text: pot crea rapid articole de blog, descrieri de produse, postări pe rețele sociale și alte tipuri de conținut;
- Instrumente de programare a postărilor: pot automatiza publicarea de conținut pe diferite platforme sociale;
- Instrumente de analiză a rețelelor sociale: pot monitoriza performanța campaniilor pe rețelele sociale și pot oferi informații valoroase despre audiență;
- Instrumente de generare de idei: pot ajuta marketerii să genereze idei noi și inovatoare pentru campanii de marketing;
- Instrumente de design grafic: pot crea imagini și videoclipuri personalizate pentru campanii de marketing;
- Instrumente de compoziție muzicală: pot crea muzică personalizată pentru campanii de marketing;
- Instrumente de analiză a datelor: pot identifica punctele slabe ale campaniilor de marketing și pot oferi recomandări concrete pentru îmbunătățire;
- Instrumente de testare A/B: pot ajuta marketerii să determine care variante ale campaniilor lor de marketing sunt cele mai performante;
- Instrumente de optimizare a motoarelor de căutare (SEO): pot ajuta marketerii să își îmbunătățească clasarea site-ului lor web în rezultatele motoarelor de căutare;
- IBM Watson Marketing: o platformă IA care oferă o gamă largă de instrumente de marketing, de la automatizare la analiză;
- Adobe Sensei: platforma IA care integrează inteligența artificială în toate produsele Adobe Experience Cloud;
- Microsoft Azure Marketing: o platformă IA care oferă o gamă largă de instrumente de marketing, de la gestionarea datelor la analiza predictivă;
- Etc.

Segmentarea pieței este un proces de identificare a grupurilor distincte de clienți cu caracteristici și nevoi similare. Tradițional, segmentarea pieței se baza pe metode manuale, cum ar fi analiza datelor demografice, psihografice și comportamentale. Cu toate acestea, aceste metode pot fi consumatoare de timp și pot fi inexacte. Adobe, o companie de software a menționat: "Inteligența artificială ne ajută să segmentăm piața cu o precizie uimitoare, permițându-ne să ne concentrăm pe cei mai promițători clienți." IA oferă o soluție mai eficientă și mai precisă pentru segmentarea pieței. „Segmentarea prin inteligență artificială poate fi utilizată în campanii de marketing mai mici. De exemplu, putem testa segmentarea IA în campaniile de marketing prin e-mail și să o comparăm cu software-ul nostru actual. IA poate fi utilizată în marketingul de conținut într-un mod mai controlat. De exemplu, newsfeed și Turtl ne ajută să ne segmentăm audiența pentru a oferi conținutul potrivit pe canalul potrivit, la momentul potrivit, pentru un impact și un ROI maxim.”[1] Astfel, IA are potențialul de a analiza cantități mari de date și de a identifica modele care ar fi dificil de observat pentru oameni. Acest lucru poate duce la o segmentare mai precisă a pieței, care la rândul său poate duce la campanii de marketing mai eficiente.

IA poate fi utilizată pentru a segmenta audiențele pentru campanii de marketing prin e-mail, campanii de publicitate online și alte canale de marketing. Acest lucru poate ajuta la reducerea

costurilor și la creșterea rentabilității investiției (ROI) prin direcționarea campaniilor către cei mai interesați de ele. „Acum, contextul de intonație al unei întrebări și al unei căutări vocale poate fi, de asemenea, comunicat cu ajutorul IA. Acestea depășesc nucleul semantic prin recunoașterea stării emoționale și a mediului în care se află publicul. Inteligența poate recunoaște în ce stare se află un anumit utilizator. stare, stresat sau bine dispus, într-un loc aglomerat, pe drum sau acasă, și produce sugestii mai relevante pentru situația potrivită. În consecință, pentru campaniile publicitare de astăzi, una dintre principalele cerințe este optimizarea materialelor cheie de marketing și promovare pentru căutarea inteligentă a mașinilor.”[2]

Prin urmare, putem oferi în exemplu un utilizator care caută "restaurante" cu o voce stresată poate fi interesat de restaurante care sunt rapid și ușor de accesat. IA poate utiliza intonația vocii pentru a identifica stresul utilizatorului și pentru a oferi rezultate de căutare care sunt adaptate nevoilor sale. Pe măsură ce IA devine mai sofisticată, companiile vor trebui să își optimizeze materialele de marketing și promovare pentru a ține cont de acest lucru. Acest lucru va implica crearea de conținut care este relevant pentru diferite stări emoționale, medii și contexte.

Inteligența artificială se infiltrează rapid în diverse domenii, inclusiv marketingul de conținut. Această tehnologie revoluționară are potențialul de a transforma modul în care creăm, distribuim și optimizăm conținutul pentru a atrage și a fideliza audiența. Forrester Research, o firmă de analiză de piață, a afirmat următoarele: "Cu ajutorul inteligenței artificiale, marketerii pot crea campanii care sunt perfect adaptate intereselor și nevoilor fiecărui individ." De exemplu, un magazin online de haine poate utiliza IA pentru a analiza istoricul achizițiilor și preferințele de stil ale unui client. Pe baza acestor date, IA poate recomanda produse personalizate pe care clientul este mai probabil să le cumpere. Un exemplu additional, un chatbot integrat pe site-ul web al unei bănci poate utiliza IA pentru a răspunde la întrebările clienților legate de conturile lor, tranzacții și produse financiare. Chatbotul poate fi instruit să ofere informații personalizate și relevante pentru fiecare client. Un caz suplimentar poate fi un site web de știri poate utiliza IA pentru a genera automat articole de știri pe baza tendințelor actuale și a intereselor cititorilor. IA poate identifica subiecte relevante, redacta articole și le poate personaliza pentru a se potrivi preferințelor fiecărui cititor.

Site-urile web sunt un canal esențial pentru marketingul cu IA. IA poate fi utilizat pentru a îmbunătăți diverse aspecte ale site-urilor web. În Republica Moldova, conform Tabelului nr. 1 numărul de persoane juridice care dețin site-uri web sunt în creștere.

Tabel nr. 1. Numărul de persoane juridice din RM care au site-uri web

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
TOTAL	1944	2569	2388	2356	2540	2645	2623	3859	4461

Sursa: Biroul Național de Statistică [4]

Statistica privind persoanele juridice care dețin site-uri web este un indicator important al potențialului de creștere a marketingului cu AI. Pe măsură ce tot mai multe companii își vor crea site-uri web și vor adopta AI, marketingul cu AI va deveni o componentă esențială a strategiilor de marketing de succes.

Strategia de Transformare Digitală a Republicii Moldova 2023-2030 [3] este un document strategic ambițios care are ca scop transformarea Moldovei într-o societate digitală modernă, prosperă și incluzivă. Strategia și-a propus următoarele obiective de realizat:

- Creșterea accesului la internet la 90% din gospodării până în 2030;
- Creșterea ponderii sectorului TIC în PIB la 10% până în 2030;
- Crearea a 50.000 de noi locuri de muncă în domeniul IT până în 2030;
- Digitalizarea a 100% din serviciile publice până în 2030;
- Creșterea indicelui DESI al Moldovei cu 20 de puncte până în 2030.

De asemenea, strategia include o serie de măsuri concrete și bine definite, concepute pentru a facilita atingerea obiectivelor propuse, cum ar fi:

- Investiții în infrastructura digitală;

- Dezvoltarea de programe de educație și formare profesională în domeniul IT;
- Stimularea inovației digitale;
- Crearea unui cadru legal favorabil pentru economia digitală;
- Promovarea incluziunii digitale.

Strategia de Transformare Digitală a Republicii Moldova 2023-2030 [3] este un instrument important pentru modernizarea țării și pentru a o face mai competitivă în economia globală. Implementarea cu succes a strategiei va contribui la îmbunătățirea calității vieții cetățenilor și la construirea unui viitor mai prosper pentru Moldova.

CONCLUZIE/RECOMANDĂRI

În urma cercetării, am determinat că inteligența artificială (IA) se află într-o evoluție rapidă, cu un impact semnificativ și în continuă creștere asupra vieții noastre. De la automatizarea sarcinilor repetitive la crearea de noi forme de artă și divertisment, IA transformă modul în care lucrăm, învățăm, interacționăm și experimentăm lumea. Viitorul IA este incert, dar este clar că va juca un rol din ce în ce mai important în viața noastră. Este esențial să abordăm provocările și riscurile IA cu responsabilitate, asigurând o dezvoltare și utilizare etică a acestei tehnologii.

Segmentarea prin IA este o tehnică avansată care utilizează algoritmi de IA pentru a identifica grupuri distincte de clienți cu caracteristici și nevoi similare. Spre deosebire de metodele tradiționale de segmentare, IA poate analiza cantități mari de date și identifica modele complexe care ar putea fi ascunse de ochiul uman.

Republica Moldova se află la începutul drumului în domeniul inteligenței artificiale, dar are un potențial semnificativ de a beneficia de această tehnologie. Este important ca Guvernul, sectorul privat și societatea civilă să colaboreze pentru a depăși provocările și a valorifica pe deplin potențialul. Este esențial să se investească în infrastructura digitală, să se dezvolte programe de educație și formare profesională pentru a crește competențele în domeniul IA, să se elaboreze un cadru legal pentru IA care să protejeze drepturile și confidențialitatea cetățenilor.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. MANDAPURAM M., GUTLAPALLI S.S., REDDY M., BODEPUDI A. „Application of Artificial Intelligence (AI) Technologiesto Accelerate Market Segmentation” Global Disclosure of Economics and Business, Volume 9, No 2/2020
2. PLASTUN C.E., „The impact of artificial intelligence on modern marketing”, mai 2019 Disponibil: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-iskusstvennogo-intellekta-na-sovremennyy-marketing/viewer>
3. Strategia de transformare digitală a Republicii Moldova pentru anii 2023–2030 (STDM 2030). Disponibil: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/tc-concept-std-final-ro-rev3-0...%2062c59120c13f5.pdf>
4. <https://statistica.gov.md/ro>

Coordonator științific: SAHARNEAN Liliana, dr.conf.univ.

ASEM, or.Chîșinău, str.Bănulescu- Bodoni 61

+37369271331

Email:saharnean.liliana@ase.md