

AI DRIVEN MARKETING FOR SMEs

Εφαρμογή Ψηφιακού Μάρκετινγκ σε μικρομεσαίες
επιχειρήσεις με την αξιοποίηση Τεχνητής νοημοσύνης AI

ΣΚΟΠΟΣ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟΥ

Μέσα στο παγκόσμια ασταθές οικονομικό και παγκόσμια ανταγωνιστικό περιβάλλον που ζούμε και κάτω από συνθήκες οικονομικής ύφεσης και ηλεκτρονικού μεγάλου όγκου διαφημιστικών μηνυμάτων (marketing clutter), στα οποία εκτίθεται ο μέσος καταναλωτής σε καθημερινή βάση η αποτελεσματικότητα του συμβατικού ηλεκτρονικού μάρκετινγκ των μικρομεσαίων εταιριών δεν παράγει τα αναμενόμενα αποτελέσματα.

Η εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης (AI) σε μια προσαρμοσμένη καινοτόμο στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ μπορεί να συνεισφέρει δραστικά στην βελτίωση της πελατειακή εμπειρίας CX (customer experience), με «έξυπνη» (AI DRIVEN) ανίχνευση και ανάλυση πληροφοριών ποσοτικής και ποιοτικής καταναλωτικής συμπεριφοράς, επιτρέποντας την προληπτική πελατειακή στόχευση και ενισχύοντας έτσι με εξατομικευμένη προσέγγιση τη βαθύτερη πελατειακή δέσμευση.

Με την αποτελεσματική αξιοποίηση των αναλυτικών στοιχείων των πελατών, οι εταιρίες έχουν στα χέρια τους δυναμική και ουσιαστική πληροφόρηση σε πραγματικό χρόνο για εύστοχες και άμεσες βασικές αποφάσεις και ευέλικτες δράσεις.

Με την εφαρμογή και διαχείριση μιας νέας στρατηγικής μάρκετινγκ με μηχανισμούς τεχνητής νοημοσύνης (AI-Driven Digital Marketing)

- Η συμπεριφορά των πελατών είναι πλέον πολύ πιο προβλέψιμη
- Οι αλληλεπιδράσεις πελατών αναλύονται πολύ καλύτερα
- Οι διαφημίσεις μπορούν πλέον να στοχεύουν συγκεκριμένα είδη κοινού
- Το μάρκετινγκ μπορεί πλέον να αυτοματοποιηθεί με συνεχόμενη μηχανική μάθηση (machine learning)
- Οι σχέσεις με τους πελάτες θα ενισχυθούν σε συνεχόμενη βάση
- Τα διαφημιστικό περιεχόμενο θα είναι πάντα βελτιστοποιημένο
- Η δημιουργικότητα των λειτουργιών μάρκετινγκ σε συνδυασμό με τις τεχνολογικές δυνατότητες, μπορεί να μεγιστοποιήσει την επίτευξη των στόχων που καθορίζονται στην κάθε καμπάνια
- Η επίτευξη των στόχων που καθορίζονται στην κάθε καμπάνια θα βελτιωθεί καθοριστικά με την ενίσχυση της δημιουργικότητας των λειτουργιών μάρκετινγκ με την αξιοποίηση έξυπνων αυτοματισμών (Intelligent Automation - IA)

ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

Μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος οι καταρτιζόμενοι θα είναι σε θέση να:

ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΓΝΩΣΕΩΝ:

- Να περιγράφουν τις πτυχές και την ανάγκη για εφαρμογή και διαχείριση ψηφιακού μάρκετινγκ με τεχνητή νοημοσύνη (AI Driven Digital Marketing)
- Να κατονομάζουν τα πλεονεκτήματα από την εφαρμογή και να υιοθετήσουν νέα στρατηγική Ψηφιακού μάρκετινγκ με βάση την τεχνητή νοημοσύνη
- Να περιγράφουν εργαλεία, εφαρμογές και διαχειρίσεις μάρκετινγκ με τεχνητή Νοημοσύνη
- Να απαριθμούν εφαρμογές τεχνολογίας αιχμής AI με εφαρμογή και διαχείριση στο ψηφιακό μάρκετινγκ
- Να περιγράφουν τους σημαντικούς τομείς ηθικής ανησυχίας με την εφαρμογή AI
- Να περιγράφουν τα στοιχεία του σχεδιαστικού πλάνου μάρκετινγκ με τεχνητή νοημοσύνη (AI Driven Business Plan)
- Να απαριθμούν τα βασικά στοιχεία της Τεχνίτης Νοημοσύνης
- Να περιγράφουν τις ιδιότητες και τα εργαλεία του NLP
- Να περιγράφουν τα χαρακτηριστικά του Data Driven Marketing
- Να περιγράφουν τις μελλοντικές τάσεις του μάρκετινγκ με AI

ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ:

- Να οργανώνουν το επιχειρηματικό τους πλάνο AI μάρκετινγκ
- Να τεκμηριώνουν εταιρικούς στόχους με το πρότυπο SMART
- Να εκτελούν παρακολούθηση και διαχείριση των αποτελεσμάτων της εφαρμογής του ψηφιακού AI μάρκετινγκ της εταιρίας
- Να τεκμηριώνουν σχέδιο διαχείρισης αλλαγών με πρότυπο LEWIN

ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΤΑΣΕΩΝ:

- Να παρακινούν καινοτόμο σκέψη
- Να υπερασπίζονται την ανάγκη για αύξηση των πωλήσεων, την εταιρική εικόνα και το συνολικό όφελος για τους ίδιους και τον οργανισμό με την εφαρμογή και διαχείριση ψηφιακού AI μάρκετινγκ
- Να συμμετέχουν για να αποδώσουν στο μέγιστο των ικανοτήτων και των γνώσεων τους
- Να δικαιολογούν την προώθηση ψηφιακής μεταμόρφωσης με AI για επιχειρησιακή ανάπτυξη.

ΣΤΟΧΟΙ ΕΝΔΟΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΜΕΡΟΥΣ

ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΓΝΩΣΕΩΝ

- Να απαριθμούν νέους στόχους δράσης SMART MARKETING GOALS με την εφαρμογή αναβαθμισμένου επιχειρηματικού καινοτόμου στρατηγικού σχεδιασμού (STRATEGIC PLAN) μάρκετινγκ
- Να απαριθμούν τα χαρακτηριστικά του στρατηγικού προγραμματισμού (WORK PLAN) AI μάρκετινγκ

ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

- Να οργανώνουν το πλάνο για εφαρμογή και διαχείριση ψηφιακού μάρκετινγκ σε οικοσύστημα CRM (Project Planning)

ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΤΑΣΕΩΝ

- Να παρακινούν καινοτόμο σκέψη στους εργαζομένους
- Να δικαιολογούν το όραμα και αξίες του οργανισμού στους εργαζόμενους και συνεργάτες.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ ΓΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το σεμινάριο απευθύνεται στους Διευθυντές και υπεύθυνα στελέχη μικρομεσαίων επιχειρήσεων που έχουν καθοριστεί για συμμετοχή στην διοίκηση, ανάπτυξη, εφαρμογή και διαχείριση στρατηγικής Ψηφιακού Μάρκετινγκ για ενίσχυσης της εταιρικής εικόνας και αύξηση πωλήσεων.

ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

ΜΕΘΟΔΟΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

Η εκπαίδευση θα γίνει κατά πρόσωπο, με επιλογή εξ' αποστάσεως μάθησης, με την αξιοποίηση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και επικοινωνίας (ΤΠΕ).

ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος θα γίνεται συζήτηση και θα δίνονται παραδείγματα και πρακτικές ασκήσεις που θα βοηθήσουν στην κατανόηση των στόχων του.

Οι συμμετέχοντες θα έχουν την ευκαιρία να παρουσιάσουν τις δικές τους ανάγκες και απόψεις και πάνω σε αυτές θα εργαστούν

ομαδικά με μελέτες περίπτωσης και υπόδυση ρόλων.

Συνοπτικά, θα χρησιμοποιηθούν οι πιο κάτω τεχνικές κατάρτισης.

- διάλεξη/εισήγηση
- συζήτηση / ερωτήσεις - απαντήσεις
- καταγισμός ιδεών
- εργασία σε ομάδες
- μελέτη περίπτωσης
- υπόδυση ρόλων
- προβολή / Επίδειξη
- πρακτική άσκηση

ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΥΛΙΚΑ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

Η παρουσίαση των ενοτήτων θα γίνει με τη χρήση σύγχρονων μέσων εκπαίδευσης βοηθώντας τους συμμετέχοντες να κατανοήσουν τους στόχους κατάρτισης και να αυξήσουν το βαθμό συμμετοχής τους στο πρόγραμμα.

ΜΕΣΑ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

- Πίνακας
- Χαρτοπίνακας / Flipcharts
- Ηλεκτρονικός υπολογιστής / Διασκόπιο (Lcd Video projector)
- Tablets

- Smart phones
- Εκπαιδευτικά εγχειρίδια / σημειώσεις
- Λογισμικό / Διαδίκτυο

ΥΛΙΚΑ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

- Μαρκαδόροι
- Γραφική ύλη
- Συσκευές αποθήκευσης ψηφιακών δεδομένων
- Φωτογραφίες
- Εκπαιδευτικά Βοηθήματα

ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΚΑΙ ΣΗΜΕΙΩΣΕΩΝ

Ελληνική

ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΗΡΗΣΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Κατά τη διάρκεια του σεμιναρίου θα τηρηθεί παρουσιολόγιο για τους συμμετέχοντες.

ΣΥΣΤΗΜΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Οι συμμετέχοντες θα μπορούν να αξιολογηθούν μέσα από ομαδικές εργασίες, ασκήσεις και παρουσιάσεις. Επίσης, θα έχουν την ευκαιρία να αξιολογήσουν τον εκπαιδευτή και το πρόγραμμα κατάρτισης.

Οι άξονες αξιολόγησης του προγράμματος

- Οργάνωση κατάρτισης
- Περιεχόμενο
- Καταρτιζόμενοι
- Συνθήκες κατάρτισης
- Εκπαιδευτής

Εργαλεία Αξιολόγησης:

- Ερωτηματολόγιο
- Εξεταστικό Δοκίμιο

ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Η αξιολόγηση προγράμματος κατάρτισης γίνεται με τη διανομή ερωτηματολογίου που δίνεται σε ηλεκτρονική μορφή στους συμμετέχοντες για συμπλήρωση.

Επίσης θα υπάρχει προφορική εξέταση, αξιολόγηση πρακτικών εργασιών και παρατήρηση από τον Εκπαιδευτή.

ΤΥΠΟΙ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

Το ερωτηματολόγιο θα περιλαμβάνει κλειστές και ανοιχτές ερωτήσεις.

Κλίμακα μέτρησης

Η κλίμακα μέτρησης θα είναι ιεραρχική (1-6).

Αποδέκτες αποτελεσματικών αξιολόγησης

Οι αποδέκτες αποτελεσμάτων αξιολόγησης θα είναι οι Εκπαιδευτές, οι καταρτιζόμενοι και οι εργοδότες των καταρτιζόμενων.

Τρόποι κοινοποίησης:

Η κοινοποίηση των αποτελεσμάτων θα γίνεται με υποβολή γραπτής έκθεσης

ΕΝΟΤΗΤΑ 01

Εισαγωγή

- Ανάλυση των στόχων του προγράμματος και επεξήγηση της ύλης που θα καλυφθεί
- Το μέλλον έγινε τώρα με Ρομποτικό ψηφιακό μετασχηματισμό
- Το Chatgpt 4.0 και 5.0 στο μάρκετινγκ
- Προβολή βίντεο Adam Erhart “Το μέλλον του ψηφιακού Μάρκετινγκ”

ΕΝΟΤΗΤΑ 02

Τεχνητή Νοημοσύνη AI και από τι αποτελείται

- Το οικοσύστημα για την δημιουργία έξυπνων μηχανών που μιμούνται την ανθρώπινη συμπεριφορά
- Μηχανική Μάθηση (*Machine Learning*)
- Έξυπνη μηχανική μάθηση (*Deep Learning*) Data Science

ΕΝΟΤΗΤΑ 03

Επισκόπηση της Τεχνητής Νοημοσύνης και της Μηχανικής Μάθησης στο μάρκετινγκ και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

- Σύγκριση με κλασικές μεθόδους εφαρμογής και διαχείρισης ηλεκτρονικού μάρκετινγκ
- Περιγραφή και οφέλη εφαρμογής και διαχείρισης στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις

ΕΝΟΤΗΤΑ 04

Μελέτη Περίπτωσης

Τα ψηφιακά Robot του Starbucks - στην βελτίωση της αλληλεπίδρασης των πελατών με τα προϊόντα για αύξηση πωλήσεων

Τα Starbucks κάνουν μοναδική χρήση της τεχνητής νοημοσύνης στο μάρκετινγκ, καθώς στοχεύουν στην αναδημιουργία της ανθρώπινης αλληλεπίδρασης μέσω εφαρμογής κινητών (mobile loyalty app), καθώς όλοι οι πελάτες είναι κυριολεκτικά προσηλωμένοι στις συσκευές τους παροτρύνοντας τους σε παρορμητικές αγορές.

ΕΝΟΤΗΤΑ 05

Παραδείγματα εργαλείων και εφαρμογών διαχείρισης μάρκετινγκ και κοινωνικών μέσων με τεχνητή νοημοσύνη

1.Flick

καινοτόμος πλατφόρμα που χρησιμοποιεί αλγόριθμους AI για δημιουργία περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,

2.Grammarly

πανίσχυρη πλατφόρμα μάρκετινγκ περιεχομένου AI που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να δημιουργήσουν κομψό

επαγγελματικά συντεταγμένο και ορθό κείμενο

3.Manychat

εύκολο στη χρήση και έξυπνα σχεδιασμένο chatbot για πωλήσεις και μάρκετινγκ

4.Revoicer

Φωνητικοί βοηθοί - Εκφωνήσεις φωνής που δημιουργούνται από AI

5.Ask AI

Έξυπνο εργαλείο δημιουργίας περιεχομένου και πολυμέσων

ΕΝΟΤΗΤΑ 06

Επεξεργασία Φυσικής Γλώσσας (NLP)

Το NLP μας επιτρέπει να μιλάμε σε υπολογιστές και να τους κάνουμε να κατανοήσουν την ανθρώπινη γλώσσα.

- Ο ρόλος του NLP στο social media marketing
- Εισαγωγή στον NLP και ανάλυση συναισθημάτων στα social media
- Η ανάλυση συναισθήματος μπορεί να παρακολουθεί αλλαγές στη στάση απέναντι σε εταιρείες, προϊόντα, υπηρεσίες ή μεμονωμένα χαρακτηριστικά αυτών των προϊόντων ή υπηρεσιών.

ΑΣΚΗΣΗ:

Ανάλυσης συναισθήματος (SENTINEL) της δικής μας εταιρίας <https://app.brand24.com/> με την αλγοριθμική εφαρμογή Brand24 εφαρμόζεται σε όλες τις συλλεγμένες αναφορές και τις αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Το Brand24 καλύπτει την πλειοψηφία των διαδικτυακών πηγών, συμπεριλαμβανομένων:

- Ιστοσελίδα
- ιστολόγια και φόρουμ
- πλατφόρμες κοινωνικών μέσων, συμπεριλαμβανομένων των Facebook, Twitter, Instagram, YouTube και Twitch
- Podcast
- ενημερωτικά δελτία
- ειδησεογραφικούς ιστότοπους

ΕΝΟΤΗΤΑ 07

Μηχανική Ομιλία και ρομποτικός διάλογος (Conversational AI and Chatbots)

Η συνομιλητική τεχνητή νοημοσύνη αναφέρεται σε συστήματα τεχνητής νοημοσύνης που μπορούν να κατανοήσουν και να δημιουργήσουν ανθρώπινο διάλογο. Όταν ενσωματωθεί σε συστήματα εξυπηρέτησης πελατών, το AI συνομιλίας μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία chatbots που αλληλεπιδρούν με τους πελάτες σε φυσική γλώσσα για να παρέχουν υποστήριξη, να απαντούν σε ερωτήσεις και να βοηθούν σε διάφορες εργασίες.

Τα chatbots που τροφοδοτούνται από AI συνομιλίας μπορούν να συγκριθούν με τα άρματα με την έννοια ότι χρησιμεύουν ως όχημα για την παροχή μιας ομαλής και αποτελεσματικής εμπειρίας εξυπηρέτησης πελατών. Ακριβώς όπως τα άρματα χρησιμοποιήθηκαν στην αρχαιότητα για μεταφορά, τα chatbots λειτουργούν ως μέσο μεταφοράς των πελατών στις πληροφορίες ή τη βοήθεια που χρειάζονται γρήγορα και αποτελεσματικά.

ΟΦΕΛΗ:

1. 24 ώρες το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα
διαθεσιμότητα: Τα chatbots μπορούν να παρέχουν υποστήριξη όλο το εικοσιτετράωρο,

διασφαλίζοντας ότι οι πελάτες μπορούν να λάβουν βοήθεια ανά πάσα στιγμή.

2. Επεκτασιμότητα: Τα chatbots μπορούν να χειριστούν ταυτόχρονα πολλά ερωτήματα πελατών, καθιστώντας τα μια επεκτάσιμη λύση για επιχειρήσεις όλων των μεγεθών.
3. Αποτελεσματικότητα: Τα chatbots μπορούν γρήγορα να παρέχουν απαντήσεις σε συνήθεις ερωτήσεις, απελευθερώνοντας τους ανθρώπινους παράγοντες να επικεντρωθούν σε πιο περίπλοκα ζητήματα.
4. Εξατομίκευση: Το AI συνομιλίας μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την προσαρμογή των απαντήσεων σε μεμονωμένους πελάτες με βάση τις προτιμήσεις και το ιστορικό τους.
5. Οικονομική απόδοση:

Η εφαρμογή Chatbots μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να μειώσουν το κόστος εξυπηρέτησης πελατών αυτοματοποιώντας εργασίες ρουτίνας.

ΑΣΚΗΣΗ:

Καταγραφή σε πίνακα με στήλες (ΠΡΙΝ και ΜΕΤΑ Της παραγωγικότητας / αποτελεσματικότητας στο τμήμα εξυπηρέτησης πελατών σε χρόνο και ποιότητα βάσει του συνδυασμού Λειτουργού +Μηχανισμών conversational AI (Χρήση κατ' επιλογή με μηχανισμούς ζωντανής συνομιλίας, chatbots, φωνητικούς βοηθούς ή άλλων μορφών συνομιλίας AI)

ΕΝΟΤΗΤΑ 08

AI Data-Driven Marketing και social media

Το μάρκετινγκ που βασίζεται στην ανάλυση των καταναλωτικών δεδομένων των πελατών (predictive analysis) για την πρόβλεψη των αναγκών και επιθυμιών όπως και τις μελλοντικές τους συμπεριφορές. Οι εταιρίες που αξιοποιούν την Προγνωστική μοντελοποίηση εφαρμογή και διαχείριση της στο Social media marketing και την τμηματοποίηση πελατών (customer segmentation) ενδυναμώνουν την πελατειακή βάση με πιστούς πελάτες και αύξηση των πωλήσεων.

ΑΣΚΗΣΗ:

Περιγραφή του δικού σας ψηφιακού μάρκετινγκ και τα σημεία επιθυμητής βελτίωσης με εφαρμογή έξυπνων Αυτοματισμών (AI Driven marketing) για ανάπτυξη εξατομικευμένης πελατειακής προσέγγισης μάρκετινγκ για μεγιστοποίηση της υψηλότερης δυνατής καταναλωτικής απόδοσης

ΕΝΟΤΗΤΑ 09

Διαχείριση της Αλλαγής (Leading Change) με την εφαρμογή και διαχείρισης AI driven marketing

Η διαχείριση της οργανωτικής αλλαγής περιλαμβάνει τη δημιουργία ενός προσαρμοσμένου σχεδίου για κάθε ομάδα ατόμων που επηρεάζεται. Ο στόχος είναι να διασφαλιστεί ότι οι εργαζόμενοι που επηρεάζονται θα λαμβάνουν την ευαισθητοποίηση, την ηγεσία, την καθοδήγηση και την εκπαίδευση που χρειάζονται για να κατανοήσουν και να εφαρμόσουν την αλλαγή με επιτυχία. Για να κάνουν τα άτομα τις αλλαγές που επιθυμεί η εταιρεία σας, πρέπει πρώτα να κατανοήσουν τις αλλαγές και γιατί είναι σημαντικές. Χωρίς ατομική συμμετοχή, η πρωτοβουλία αλλαγής είναι πιθανό να συναντήσει αντίσταση και ενδεχομένως κάποια άτομα θα προσπαθήσουν να υπονομεύσουν την προσπάθεια και να διατηρήσουν το status quo

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

ΠΛΑΝΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΗΣ ΑΛΑΓΗΣ LEWIN

Τριών σταδίων (κίνητρο - διαδικασία - εδραίωση)
Εταιρικός Οργανωτικός μετασχηματισμός για ενσωμάτωση του AI-driven marketing

- Πώς να γράψετε ένα σχέδιο διαχείρισης αλλαγών.
- Δείξτε τους λόγους της αλλαγής.
- Προσδιορίστε το εύρος.
- Προσδιορίστε τα ενδιαφερόμενα μέρη και την ομάδα διαχείρισης αλλαγών.
- Διευκρινίστε τα αναμενόμενα οφέλη.

- Τα ορόσημα καθώς και το κόστος πρέπει επίσης να περιγράφονται με σαφήνεια.
- Δημιουργήστε ένα σχέδιο επικοινωνίας διαχείρισης αλλαγών.

ΕΝΟΤΗΤΑ 10

Σχεδιαστικό πλάνο για υλοποίηση και Διαχείριση Ψηφιακού Μάρκετινγκ με χρήση τεχνητής νοημοσύνης (AI-Driven Marketing Plan):

Ανάλυση αναγκών
Καθορισμός και περιγραφή των επιχειρηματικών στόχων του μάρκετινγκ
Προσδιορισμός αποτελεσμάτων, στόχων και παραδοτέων
Σχεδιασμός
Εργαλεία μάρκετινγκ που θα χρησιμοποιηθούν με τεχνολογία AI και επεξήγηση στο πως μπορούν να σας βοηθήσουν να επιτευχθούν οι στόχοι μάρκετινγκ.
Προγνωστική ανάλυση (predictive analysis)
Χρήση προγνωστικών αναλυτικών στοιχείων για πρόβλεψη συμπεριφοράς πελατών.
Εξατομίκευση (personalization)
Αξιοποίηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς, με εργαλεία AI για δημιουργία εξατομικευμένης προσέγγισης
Κατασκευή (implementation)

Καθορισμός και ρύθμιση εργαλείων και παραμέτρων σχεδίου εγκατάστασης Chatbots

- Βελτιστοποίηση περιεχομένου
- Πελατειακή Στόχευση (lead scoring)
- Αυτοματοποιημένες καμπάνιες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- Μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων
- Εργαλεία Ανάλυσης (AI Analytics)

ΔΟΚΙΜΗ

Δημιουργία πιλοτικής φάσης, εκπαίδευση, συμμετοχή, καθορισμός λίστας ελέγχου βασικών αποτελεσμάτων με σχέδιο κύκλου αναθεώρησης και τεκμηρίωσης
Εφαρμογή και μέτρηση αποτελεσμάτων

ΕΝΟΤΗΤΑ 11

Ηθική και το μέλλον της τεχνητής νοημοσύνης στο μάρκετινγκ

Η διαφάνεια είναι απαραίτητη γιατί συμβάλλει στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης μεταξύ επιχειρήσεων και πελατών

Περιγραφή των ηθικών επιπτώσεων της τεχνητής νοημοσύνης στους Τρεις κύριους τομείς ηθικής και ανησυχίας για την κοινωνία:

Η ιδιωτικότητα και τα προσωπικά δεδομένα (δεδομένα που συλλέγονται και χρησιμοποιούνται από συστήματα τεχνητής νοημοσύνης), η προκατάληψη και οι διακρίσεις, και ίσως το βαθύτερο, πιο δύσκολο φιλοσοφικό ερώτημα της εποχής, ο ρόλος της ανθρώπινης κρίσης

Το μέλλον του ψηφιακού AI μάρκετινγκ -τάσεις (future trends)

- Παράδειγμα Περιπτωσιολογικής μελέτης με βέλτιστες πρακτικές της εταιρίας HEINZ

Πραγματοποιήστε ένα σχέδιο σταδιακής μετεγκατάστασης και προσδιορίστε τις διαδικασίες έγκρισης και παρακολούθησης που να περιλαμβάνει το ποσοστό υλοποίησης των καθορισμένων στόχων, με AI-powered analytics
Παράδειγμα εφαρμογής AI πλάνου Marketing στο οικοσύστημα CRM KREATO www.kreatocrm.com

(Heinz Launches Its First Ad Campaign With Entirely AI-Generated Images).

ΕΝΟΤΗΤΑ 12

Στρατηγικός προγραμματισμός (Strategic Plan)

Δημιουργία στρατηγικής ψηφιακού μάρκετινγκ με γνώμονα την τεχνητή νοημοσύνη με έμφαση στην τμηματοποίηση και εξατομικευμένη πελατειακή προσέγγιση.

Καθορισμός και περιγραφή των επιχειρηματικών στόχων του μάρκετινγκ της δικής σας επιχείρησης με πρότυπο SMART

ΕΝΟΤΗΤΑ 13

Στρατηγικός Σχεδιασμός (work plan) του δικού σας AI Driven Marketing Plan Σε σύστημα CRM

Εξατομικευμένο πλάνο μάρκετινγκ με εργαλεία και μεθόδους τεχνητής νοημοσύνης σε οικοσύστημα AI Driven CRM .

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ

Μετά το τέλος του σεμιναρίου θα δοθεί πιστοποιητικό κατάρτισης στους συμμετέχοντες που θα ολοκληρώσουν με επιτυχία το πρόγραμμα με επιβεβαίωση στο κάτω μέρος ότι «Το πρόγραμμα εγκρίθηκε από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού».

Το πρόγραμμα εγκρίθηκε από την ΑνΑΔ. Οι επιχειρήσεις/ οργανισμοί που συμμετέχουν με εργοδοτούμενούς τους, καθώς και οι άνεργοι, οι οποίοι ικανοποιούν τις προϋποθέσεις της ΑνΑΔ, θα τύχουν της σχετικής επιχορήγησης.

