

تلخيص محتوى

أفكار وأفكار

«تيك إكسبلور»

في العصر الرقمي الحالي، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي منصة مهمة للشركات للتواصل مع جمهورها المستهدف، وبناء الوعي بالعلامة التجارية، وزيادة المبيعات. ومع ذلك، والحجم الهائل للمحتوى الذي تتم مشاركته على وسائل التواصل الاجتماعي كل ثانية، قد يكون من الصعب على العلامات التجارية تجاوز الضجيج والوصول إلى الجمهور المطلوب بشكل فعال.

وأختبر باحثون من جامعة ماساتشوستس أمهيرست الأمريكية نموذجاً يجمع بين التعلم الآلي والإشراف البشري لتحليل المحتوى بشكل أكثر فاعلية ويلخص المحتوى الذي يبحث عنه الشخص والتخلص من الرسائل والمنشورات غير المهمة على وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام الذكاء الاصطناعي المعزز للغاية.

ويعمل النموذج على تبسيط عملية تنظيم المحتوى من خلال تحليل تفضيلات المستخدم والتوصية بالمحتوى ذي الصلة

الذي يتناسب مع الاهتمامات وهذا لا يوفر الوقت للمسوقين فحسب، بل يضمن أيضاً أن يكون المحتوى الذي تتم مشاركته مستهدفاً وجذاباً للغاية.

ويمكن للشركات أيضاً الحصول على رؤى قيمة حول أداء حملاتها على وسائل التواصل الاجتماعي في الوقت الفعلي، ويتيح ذلك للمسوقين اتخاذ قرارات تعتمد على البيانات، وتحسين استراتيجياتهم بسرعة، وتحقيق نتائج أفضل.

ومن الفوائد الرئيسية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، القدرة على استهداف شرائح محددة من الجمهور بشكل مفرط بناءً على اهتماماتهم وتركيباتهم السكانية وسلوكهم عبر الإنترنت، من خلال الاستفادة من خوارزميات الذكاء الاصطناعي، يمكن للشركات تقديم محتوى مخصص للمستخدمين، وزيادة التفاعل وزيادة التحويلات.

من خلال القدرة على تجاوز ضجيج وسائل التواصل الاجتماعي وتقديم محتوى مستهدف للغاية إلى الجمهور المناسب في الوقت المناسب، يمكن للشركات تحسين عائد الاستثمار ومعدلات التحويل بشكل كبير. تعمل نماذج الذكاء الاصطناعي المعززة للغاية على تمكين العلامات التجارية من الوصول إلى أهدافها التسويقية بشكل أكثر كفاءة وفاعلية.

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024.