

SZTUCZNA INTELIGENCJA DLA LEPSZEJ WIDOCZNOŚCI FIRMY

DLACZEGO TEN TEMAT JEST WAŻNY?

Widoczność firmy jest kluczowym warunkiem wstępnym skutecznego pozycjonowania się na rynku w czasach komunikacji cyfrowej i mediów społecznościowych. Autoprezentacja firmy pomaga przyciągnąć uwagę klientów i potencjalnych pracowników. Często MŚP brakuje wiedzy i zasobów czasowych, aby odpowiednio zaangażować się w ten temat. Nie wystarczy mieć stronę internetową firmy; musi być ona również wystarczająco atrakcyjna, aby przyciągnąć uwagę klientów i pracowników. Odpowiednie treści muszą być prezentowane w interesujący sposób. Aby szeroko rozpowszechniać informacje o firmie, należy wykorzystywać, zarządzać i utrzymywać różne kanały cyfrowe. Narzędzia AI mogą pomóc małym i średnim przedsiębiorstwom w tych procesach.

Zdjęcie: Khakimullin Aleksandr/Shutterstock.com



Zdjęcie: Rymden/Shutterstock.com

JAKIE SĄ POTENCJALNE MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA AI?

Narzędzia AI mogą być wykorzystywane w firmie do generowania istotnych informacji biznesowych i prezentowania ich w interesujący sposób, co prowadzi do lepszej autoprezentacji firmy. Zdolności narzędzi AI do przygotowywania informacji w czasie rzeczywistym pomagają firmom rozpoznawać zmiany rynkowe i uwzględniać je w ich autoprezentacji. Ponadto narzędzia AI mogą pomóc firmom w regularnym dostarczaniu kanałom mediów społecznościowych odpowiednich informacji biznesowych, zapewniając, że firma pozostaje widoczna w oczach klientów i pracowników.



WWW.AI4SMES.EU



Co-funded by the
European Union

SZTUCZNA INTELIGENCJA DLA LEPSZEJ WIDOCZNOŚCI FIRMY

WDROŻENIE AI: PRAKTYCZNY PRZYKŁAD

Jedna z firm z branży elektrycznej wykorzystuje sztuczną inteligencję do zwiększenia swojej widoczności i świadomości marki. Aby to osiągnąć, zamierza zwiększyć swoją obecność na LinkedIn. Firma zwróciła się o wsparcie do ChatGPT, prosząc narzędzie AI o sformułowanie 12 postów na LinkedIn. Aby wygenerować jak najdokładniejsze teksty, do systemu AI dostarczono precyzyjne i istotne informacje o firmie, wraz z konkretnymi wytycznymi dotyczącymi oczekiwanych rezultatów. Na tej podstawie sztuczna inteligencja wygenerowała 12 konkretnych, związanych z firmą tekstów, które będą publikowane co tydzień na LinkedIn.



Zdjęcie: kelvn/Shutterstock.com

CO NALEŻY WZIĄĆ POD UWAGĘ?

Korzystając ze sztucznej inteligencji do pisania tekstów do mediów społecznościowych, firma powinna zwrócić uwagę na kilka czynników, aby tworzyć autentyczne i wpływowe treści, które wzmacniają rozpoznawalność marki i utrzymują zaufanie docelowych odbiorców. Centralnym punktem jest spójność w prezentacji marki: teksty generowane przez AI muszą być zgodne z wizerunkiem i tożsamością marki. Zapewniając jasne wytyczne dotyczące tonu i stylu, treści wydają się autentyczne i spójne, niezależnie od platformy. Najlepiej jest to osiągnąć poprzez wcześniej ustalone wytyczne dotyczące stylu, które zapewnią, że sztuczna inteligencja konsekwentnie będzie reprezentować markę. Ważne jest, aby treści były formułowane w celu zaspokojenia konkretnych potrzeb odbiorców. Różne grupy docelowe lub regiony geograficzne mogą wymagać różnych dostosowań w przekazie, a modele AI powinny być przygotowane na dostosowanie treści. Treści te muszą jednak zostać zweryfikowane, aby upewnić się, że są odpowiednie kulturowo i kontekstowo.



Zdjęcie: alphaspirit.it/Shutterstock.com