AI MARKETING PLAYBOOK

Jak ChatGPT a umělá inteligence mění svět marketingu

GRADA

Ladislava Knihová

Umělá inteligence je nástroj,
který ožívá v rukou člověka.

AI MARKETING PLAYBOOK

Jak ChatGPT a umělá inteligence mění svět marketingu

GRADA

Ladislava Knihová

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy
Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude ***trestně stíháno****.*
Automatizovaná analýza textů nebo dat ve smyslu čl. 4 směrnice 2019/790/EU a použití této knihy k trénování AI jsou ***bez souhlasu nositele práv zakázány****.*

PhDr. Ladislava Knihová, Ph.D., MBA

AI Marketing Playbook

Jak ChatGPT a umělá inteligence mění svět marketingu

Kniha je monografie

Vydala Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: +420 234 264 401
www.grada.cz
jako svou 9197. publikaci

Odborní recenzenti:
Doc. PhDr. Jitka Vysekalová, Ph.D., čestná prezidentka a viceprezidentka České marketingové společnosti
Doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D., proděkan pro studium a CŽV – Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky

Vydání odborné knihy schválila Vědecká redakce nakladatelství Grada Publishing, a.s.
Odpovědný redaktor a jazyková korektura Mgr. Dagmar Pilařová
Fotografie autorky Marek Lampart – Fotoateliér Praha
Obrázky v knize Jana Drudíková
Obrázky č. 1, 2, 3, 6, 7, 12, 13, 14, 15, 17, 18 jsou autentickými webovými zobrazeními a rozlišovací kvalitou neodpovídají požadavkům pro tisk.
Grafická úprava a sazba Eva Hradiláková
Návrh a zpracování obálky Vojtěch Wagner
Jazyková úprava Jaroslav Kniha
Počet stran 232
První vydání, Praha 2024
Tisk Iva Vodáková – Durabo

© Grada Publishing, a.s., 2024
Obrázek na obálce Aplikace DALL-E 3 © Grada

Tato kniha vznikla s využitím institucionální podpory na dlouhodobý koncepční rozvoj výzkumné organizace Vysoké školy finanční a správní, a.s.

Názvy produktů, firem apod. použité v knize mohou být ochrannými známkami nebo registrovanými ochrannými známkami příslušných vlastníků.

ISBN 978-80-271-7217-7 (ePub)
ISBN 978-80-271-7216-0 (pdf)
ISBN 978-80-271-5226-1 (print)

Obsah

O autorce 9

Předmluva 11

Úvod 13

ČÁST 1
Efektivní konverzace s generativními jazykovými modely

1. Metodologie 23

2. Umělá inteligence v marketingu: od historie k současné praxi 27

2.1 Krátký pohled do historie umělé inteligence 27
2.2 Na scénu přichází ChatGPT-4 30
2.3 Proč číst tuto knihu a pro koho je určena? 32
2.4 AI – inteligentní partner marketingového manažera 34
2.5 AI jako klíčový prvek moderního marketingu 37
2.6 Hlavní milníky ve vývoji AI 44
2.7 Stručná historie AI v marketingu 46
2.8 Proč je AI v marketingu důležitá 47

3. Základy AI v marketingu 51

3.1 Přehledná typologie aplikací umělé inteligence v moderním marketingu 51
3.2 Algoritmy strojového učení 59
3.3 Zpracování přirozeného jazyka 61
3.4 Hluboké učení 62
3.5 Robotická automatizace procesů 64
3.6 Od ANI k AGI: pochopení dvou světů umělé inteligence 66

4. Prompt engineering 69

4.1 Praktické aspekty techniky formulace dotazů 70

5. Magie promptů: umění generovat obsah 79

5.1 Úvod do vytváření spouštěcích pokynů pro generování obsahu 80
5.1.1 Důležitost dobře strukturovaných pokynů 81
5.1.2 Optimalizace interakce s generativními modely: intervence člověka a AI 82
5.1.3 Volba jazyka pro komunikaci s umělou inteligencí 85

5.2 Prompty pro tvorbu obsahu webových stránek 88
5.2.1 Formulace promptů pro vytváření obsahu vstupních stránek 88
5.2.2 Prompty pro vytvoření hlavních rubrik webové stránky 92
5.2.3 Příběhy na stránce „O nás“ 94
5.2.4 Prompty pro popis produktů 96
5.2.5 Prompty pro blogové příspěvky 98
5.2.6 Optimalizace stránky FAQ: klíčové aspekty a úloha promptů 105

5.3 Role promptů v e-komerci: umění i věda 112
5.3.1 Dobročinný marketing: projekt společnosti Dove „Sebeúcta“ 116
5.3.2 Název produktu a jeho vlastnosti 119
5.3.3 Popisky pro akce nebo slevy 123
5.3.4 Recenze uživatelů 128
5.3.5 E-komerce: texty zaměřené na optimalizaci pro vyhledávače (SEO) 131

5.4 Prompty pro příspěvky v sociálních médiích 138
5.4.1 Představení nového produktu na sociálních sítích 141
5.4.2 Zapojení sledujících (dotazy, ankety nebo pokyny pro zpětnou vazbu) 142
5.4.3 Sdílení novinek nebo aktualizace informací o firmě 143
5.4.4 Příspěvky o specifické události 144
5.4.5 Obsah generovaný uživateli 145

5.5 Influencer marketing: strategické prompty pro spolupráci s vlivnými osobnostmi 150
5.5.1 Integrace AI do influencer marketingu 150
5.5.2 Nová marketingová trojice: jak rozlišovat mezi influencery, celebritami a youtubery? 152

5.6 Edukační marketing a AI: partnerství pro budoucnost 154
5.6.1 Krátký pohled do historie edukačního marketingu 154
5.6.2 Edukační marketing a umělá inteligence: partnerství pro budoucnost 155
5.6.3 Jak edukační marketing využívá umělou inteligenci 156

5.7 Zážitkový marketing: od edukačního marketingu po interaktivní technologie 160
5.7.1 Zážitkový marketing v době AI 161
5.7.2 Edukační marketing: vytváření zážitků v době AI 161
5.7.3 Vzdělávací laboratoře v prodejnách společnosti Apple 162
5.7.4 T-Mobile: imerzivní zážitky v Magenta Experience Center 163
5.7.5 Edukační marketing při budování zákaznické zkušenosti 165
5.7.6 Moderní výstavnictví s využitím AI 165
5.7.7 Prompt design: interaktivní cesta k zážitkovému marketingu 166

5.8 Úspěšná komunikace marketéra s AI krok za krokem 167
5.8.1 Komunikace jasná a stručná 168
5.8.2 Kontextové ukotvení promptů 169
5.8.3 Autentičnost a rozmanitost: jak předejít zkreslení promptů 170
5.8.4 Iterativní přístup: zpřesňování promptů na základě výsledků 171
5.8.5 Metody testování účinnosti promptů 173
5.8.6 Integrace zpětné vazby od uživatelů 175

6. Prompt design s AI v odvážném novém světě 177

ČÁST 2
Multimédia – vizuály, video a podcasty

7. Multimédia generovaná umělou inteligencí a lidská kreativita 181

7.1 Autorství a originalita v době AI 181

7.2 Vizuály 183
7.2.1 Využití AI ve vizuálním designu: průvodce moderními nástroji 184
7.2.2 Od slov k obrazům 186
7.2.3 Od slov k obrazům a zpět 188

7.3 Využití AI pro tvorbu videa: průvodce moderními nástroji 189
7.3.1 Historický kontext 190
7.3.2 Přehled nástrojů 193
7.3.3 Budoucí trendy AI ve videoprodukci 194

7.4 Podcast marketing v době umělé inteligence 196
7.4.1 Konvergence umělé inteligence a podcastingu 198
7.4.2 Přehled nástrojů a platforem s AI pro tvorbu podcastů 199

7.5 Základní prompty pro oblast multimédií 200
7.5.1 Vizuály – prompty pro základní tematické zaměření dialogu s AI 200
7.5.2 Video – prompty pro základní tematické zaměření dialogu s AI 201
7.5.3 Podcast – prompty pro základní tematické zaměření dialogu s AI 201

7.6 Pokročilé prompty pro oblast multimédií 201
7.6.1 Vizuály – prompty pro pokročilé tematické zaměření dialogu s AI 202
7.6.2 Video – prompty pro pokročilé tematické zaměření dialogu s AI 202
7.6.3 Podcast – prompty pro pokročilé tematické zaměření dialogu s AI 202

8. ChatGPT: nejnovější aktualizace a inovace 203

8.1 Bletchley Park a AI Safety Summit o budoucnosti AI 203
8.2 ChatGPT PLUS, ChatGPT Enterprise a ChatGPT-4 Turbo: nová dimenze interaktivní AI 205

9. Implementace AI v marketingu 209

9.1 Interdisciplinární přístup k implementaci AI v marketingu 209
9.2 Integrace AI s existujícími marketingovými systémy 210

10. Budoucnost AI v marketingu aneb Až se algoritmus zeptá… 213

Pár myšlenek závěrem 215

Summary 219
Literatura 223
Seznam obrázků 227
Rejstřík 229

O autorce

PhDr. Ladislava Knihová, Ph.D., MBA

Vzdělání

Ladislava Knihová vystudovala lingvistiku – angličtinu a ruštinu na Filozofické fakultě Karlovy univerzity v Praze. Svou odbornou dráhu v marketingu zahájila doktorským studiem na Podnikohospodářské fakultě VŠE a dále se specializovala v profesním programu MBA zaměřeném na marketing.

Profesní působení

Aktuálně je odborným asistentem na Katedře marketingové komunikace a Katedře jazyků Fakulty ekonomických studií Vysoké školy finanční a správní. Po mnoha letech v diplomatických službách se orientovala na podnikání v oblasti vzdělávání. Získala také praktické zkušenosti v ekonomice, managementu a marketingu jako spolumajitelka a manažerka obchodní a strojírenské firmy.

Odborné zaměření

S vášní zkoumá soudobé trendy v marketingu, zejména obsahový marketing, edukační marketing a digitální marketing. V posledních letech se stále více věnuje aplikaci umělé inteligence v marketingu, přičemž interdisciplinární přístup jí umožňuje kombinovat poznatky z různých odvětví. Je expertkou na inovativní technologie v marketingu, video marketing a tvorbu podcastů.

Pedagogická činnost

Ladislava má hluboké zaujetí pro pedagogiku. S nadšením se věnuje metodice výuky, zavádění nových technologií do výukového procesu, instruktážnímu designu a e-learningu. Váží si možnosti předávat své znalosti a dovednosti svým studentům.

Další aktivity

Ladislava aktivně překládá odborné texty z angličtiny, často vystupuje na mezinárodních konferencích a publikuje odborné články. Působí v profesních organizacích, je členkou Americké marketingové asociace a aktivně působí v České marketingové společnosti.

Předmluva

Ve světě, kde se technologie neustále vyvíjejí a mění způsob, jakým komunikujeme, obchodujeme a učíme se, je zapotřebí porozumět novým trendům a s rozmyslem je začlenit do našich strategií a výukových postupů. Tato kniha je výsledkem mé vášně pro marketing, angličtinu a pedagogiku a je odrazem fascinujícího putování světem umělé inteligence a její aplikace v marketingu. Vzhledem ke skutečnosti, že můj přístup k tématu je výrazně interdisciplinární, musíme se ptát: Je v dnešní době opravdu žádoucí a vůbec možné být pouze úzce specializovaný?

Právě v průběhu své kariéry na Vysoké škole finanční a správní v Praze jsem měla možnost být svědkem dynamických změn v oblasti digitálního marketingu. Tato kniha je tedy pokusem zachytit tyto změny a poskytnout čtenářům ucelený pohled na to, jak umělá inteligence mění krajinu marketingu a jak můžeme nové nástroje a inovativní postupy využít k efektivnějšímu dosažení vytčených cílů. Současně je odrazem mého multidisciplinárního přístupu k výuce a marketingové praxi.

Doufám, že v této knize čtenáři naleznou inspiraci a nové pohledy na digitální marketing a inovace v oblasti umělé inteligence, a to včetně jejich dopadu na současnou marketingovou teorii a praxi. Dále kniha poskytuje praktické rady pro začlenění těchto nástrojů do moderních marketingových strategií a detailně rozebírá metody komunikace v prostředí umělé inteligence.

Ráda bych na tomto místě poděkovala recenzentům, kolegům, studentům a všem, kdo mě během tohoto projektu podporovali. Vaše podpora, zpětná vazba a inspirace jsou neocenitelné. Zvláštní poděkování za nezměrnou trpělivost a všestrannou pomoc patří mé rodině.

Doufám, že tato odborná monografie bude inspirací pro všechny, kdo mají zájem o digitální marketing a inovace v oblasti umělé inteligence. Je užitečná pro různé skupiny čtenářů – od studentů přes marketéry až po akademiky.

Ať už jste začátečník, nebo odborník v oboru, věřím, že zde najdete něco, co vás obohatí a posune dál při dosahování vašich vlastních životních cílů a úspěchů.

PhDr. Ladislava Knihová, Ph.D., MBA

Úvod

„*Na počátku bylo Slovo.*“ Tato biblická věta provází lidstvo celá tisíciletí a je dnes stejně aktuální, jako tomu bylo dříve. I když v moderní době „Slovo“ chápeme v poněkud jiných souvislostech, vždy bylo a je základem naší komunikace. Podvědomě cítíme, že slovo má velkou moc. Dokáže pohladit, ale i ublížit, dokáže konejšit, ale i povzbudit. Slovo je mocný fenomén.

V době postupující umělé inteligence (AI) jsme svědky přelomového okamžiku: poprvé se našimi komunikačními partnery stávají stroje, které vykazují znaky inteligentního chování, a dokonce napodobují lidské emoce. A co je ještě důležitější, díky pečlivě voleným slovům a formulacím jsme schopni navázat a vést s AI dialogy, které jsou nejen smysluplné a přínosné, ale často také neuvěřitelně inspirativní. Realitu třetího desetiletí 21. století začínáme utvářet společně s umělou inteligencí.

Vítejte na prvních stránkách knihy *AI Marketing Playbook*, která se věnuje propojení umělé inteligence se světem marketingu. Ať již máte v rukou voňavý výtisk této knihy, nebo slova ožívají před vámi ve formě pixelů na obrazovce monitoru, držíte v rukou pomyslný klíč k novému světu. Je to svět, v němž algoritmy umělé inteligence „rozumějí“ člověku a jeho chování, intuice jsou nahrazeny obrovským množstvím dat a dynamika vývoje je neuvěřitelná. Váš dialog s AI může totiž zcela změnit nejen svět marketingu, ale i váš vlastní svět, neboť často se stává, že jen jedno jediné „Slovo“ může být natolik inspirativní, že člověka, který dokáže pečlivě naslouchat, dovede ke skutečnému úspěchu.

Žijeme v době strhujících změn. Umělá inteligence a nové technologie nejen mění náš dosavadní svět, ale nastavují i nová pravidla hry. Máme možnost pracovat s neuvěřitelně výkonnými pomocníky – od rozsáhlých jazykových modelů, které dokážou generovat text podobný lidskému, až po

multimediální aplikace vytvářející personalizovanou grafiku, scénáře pro vaše videa a podcasty, jimž lidé naslouchají.

Stojíme na prahu zcela nového světa, který by ještě před několika lety byl spíše námětem na vědecko-fantastický příběh. Toto však není science fiction. Nejsme totiž pouhými diváky, jsme hlavními protagonisty této nové epochy.

Příchod umělé inteligence je velkou příležitostí mílovými kroky změnit vše, co v současné době změnu potřebuje. Abychom dosáhli potřebných změn, oba dva hlavní aktéři – člověk i stroj – se jen potřebují učit. Umělá inteligence je trénovaná na obrovském množství dat. Nyní jen zbývá, abychom se i my, lidé, do detailu seznámili s principy fungování AI. Především před námi stojí úkol naučit se s AI efektivně komunikovat. Celoživotní vzdělávání bude dozajista obohaceno o kurzy spojené s různými aspekty AI. Nyní jsme na začátku a tak trochu všichni na stejné startovací čáře. Jak nové znalosti a dovednosti budeme využívat, to záleží jen na nás.

Možná teprve začínáte a potřebujete získat základní informace, možná jste již odborník hledající nové poznatky o novinkách ve vybraných typech marketingu ve vztahu k AI. V následujících kapitolách každý nalezne to své díky množství informací přizpůsobených všem úrovním. Zajímá vás, jak můžete stylizovat svůj text s pomocí AI s využitím různých tónů komunikace? Nechcete již nakupovat grafiku, ale raději si vygenerovat obrázek „na míru", který bude jedinečný a nevšední? Nejste odborník na psaní scénářů videa a chcete se v tom postupně zdokonalit? Pokud jste na tyto otázky odpověděli kladně, pak budete s *AI Marketing Playbook* spokojeni.

Každá kapitola přináší krátký pohled na novinky v dané oblasti marketingu, vysvětlení pojmů a zajímavých přístupů, abychom se následně mohli ponořit do studia již zmíněného „Slova". V našem případě budeme hovořit o promptech a jejich promyšlené formulaci pro dialog s umělou inteligencí. Slova vyvolávají rozhovory, rozhovory podněcují myšlenky a myšlenky jsou hnacím motorem inovací.

A v tomto nově objeveném světě, kde se umělá inteligence prolíná všemi aspekty našeho života, může být váš dialog s umělou inteligencí rozhovorem, který bude právě tím impulzem, jenž všechno změní.

A co si z této knihy přenesete do své marketingové praxe? Kde se skrývá přidaná hodnota pro čtenáře? Tato kniha je především o umění komunikace

s umělou inteligencí. Seznámíme se s pokročilým generativním konverzačním modelem ChatGPT-4 a též s aplikacemi pro generování grafiky, videa a obsahu podcastů. Naučíme se vytvářet obsah marketingového sdělení, scénář videa či podcastu zcela jiným způsobem, než tomu bylo dosud. Promyšleně formulované prompty nás provedou tvorbou obsahu pro webové stránky, naučíme se psát lepší popisky pro zboží v e-shopech a skvělé posty pro sociální média. Nezapomeneme ani na blogosféru, obzvláště v momentě, kdy nám dochází tolik potřebná inspirace na nové téma příspěvku. Osvěžíme si znalosti o některých inovátorských typech marketingu, jako je například influencer marketing, edukační marketing a zážitkový marketing. Ukázky vhodných promptů provázejí všechny kapitoly knihy. Po přečtení této knihy budete přesně vědět, jaké aplikace využívající AI pomohou při plnění náročných úkolů na poli multimédií, a to od Midjourney, CANVA či Deeply po programy společnosti Adobe či a další aplikace pro efektivní tvorbu personalizovaných vizuálů, videa a podcastů.

Ponořte se tedy do světa plného inspirace a inovací a nechte tuto knihu, aby se stala nepostradatelným průvodcem na vaší vlastní cestě k podmanivým dialogům s AI při objevování nekonečných možností, které marketing v kombinaci s umělou inteligencí nabízí. Čeká na vás nový, fascinující svět, zcela nová zákaznická zkušenost.

Pojďme společně posunout hranice toho, co je možné, a změnit život k lepšímu.

Síla AI v marketingu

Od personalizace zákaznických zážitků po generování kreativního obsahu AI přeměňuje způsob, jakým přistupujeme k marketingu. Nástroje a techniky zdůrazněné v této odborné publikaci jsou navrženy tak, aby vybavily marketéry, podnikatele a odborníky v obchodě znalostmi, jak využít potenciál AI.

Co se dozvíte/naučíte

Tato kniha se zabývá dvěma hlavními tématy, tj. prací s generativními jazykovými modely a základním přehledem o multimediálních aplikacích využívajících sílu AI. Tomu odpovídá i dělení knihy na dvě části.

Část 1: Efektivní konverzace s generativními jazykovými modely

Tato část začíná stručným přehledem vývoje umělé inteligence v marketingovém prostředí a poté se věnuje konkrétnímu použití umělé inteligence v různých oblastech marketingu. Představujeme ChatGPT-4 jako příklad špičkové konverzační umělé inteligence. Abychom nabídli širší perspektivu, probíráme například aplikaci DEEPLY, pozoruhodné řešení AI vyvinuté českými odborníky, které zahrnuje prvky nad rámec těch, jež se nacházejí v generativním jazykovém modelu ChatGPT-4. Zamyslíme se nad výhodami a nevýhodami podobných řešení. Novinky, které změní naše dosavadní zvyklosti při vyhledávání informací, přicházejí v tomto období doslova každým dnem. Společnost Microsoft úspěšně integruje konverzační AI modely do svého prohlížeče Edge a vyhledávače Bing, který se stává „kopilotem pro web" využívajícím umělou inteligenci.

Marketingoví specialisté často tvoří marketingový obsah jak v českém, tak v anglickém jazyce. Vede je k tomu řada důvodů, například potřeba mít webovou stránku firmy v angličtině. Pamatovali jsme na to a všechny prompty, jež jsme připravili, jsou uvedeny jak v českém jazyce, tak v angličtině. Budete mít po ruce pomůcku, která zásadním způsobem změní způsob vaší konverzace s umělou inteligencí. Stačí se s doporučenými postupy seznámit a trochu se potrénovat v reálném prostředí generativního jazykového modelu ChatGPT a dalších aplikací, které ve své DNA mají umělou inteligenci. Získáte tím velmi hodnotné know-how, jež využijete ve své práci, a také respekt spolupracovníků na sebe nedá dlouho čekat.

Tvorba efektivních promptů má svá pravidla a zákonitosti. I na to jsme pamatovali a připravili pro vás návodné ukázky skvělých i méně úspěšných podnětů ke konverzaci s AI. Po jejich prostudování budete s lehkostí tvořit svůj vlastní obsah, a to od článků na webových stránkách a příspěvků na sociálních sítích až po specializovanější oblasti, jako jsou strategie influencer marketingu. Kniha se také zabývá rolí umělé inteligence při budování značky prostřednictvím edukačního marketingu a zkoumá využití zážitkových marketingových strategií zacílených na zaujetí publika. Než otočíte poslední stránku, budete dobře vybaveni pro zavedení těchto pokročilých technik do své marketingové praxe.

Při společném procházení nejnovějšími trendy, otázkami spojenými s etikou a představami odborníků o budoucnosti role umělé inteligence

v marketingu zaujmeme interdisciplinární přístup, který zajistí pochopení tématu v širších souvislostech. To nám všem umožní překonat obavy a s odvahou začlenit AI do utváření nejen dnešních, ale i budoucích marketingových strategií a v širším kontextu AI využívat pro potřeby celého řízení firem.

V souladu s principy správy umělé inteligence (*AI governance*) zajistíme, že technologie umělé inteligence a strojového učení budou zkoumány a vyvíjeny s jasně deklarovaným cílem pomoci lidstvu etickým a odpovědným způsobem přijmout a používat tyto systémy. Vaše udržitelné podnikání tak získá konkrétnější obrysy.

Část 2: Multimédia – vizuály, video a podcasty

Ve druhé části knihy *AI Marketing Playbook* se na základní úrovni seznámíme se softwarovými programy a aplikacemi, které patří do kategorie multimédií, v jejichž srdci bije AI. Jsou totiž nezbytné pro to, abychom zásadním způsobem zefektivnili práci při vytváření multimediálního obsahu. Získáte základní informace o tom, jak umělá inteligence rozšiřuje možnosti tvorby vizuálů, videí a podcastů. Osvojení si uživatelského prostředí těchto skvělých pomocníků pak bude na individuálních možnostech každého zájemce o tuto problematiku. Investice do těchto programů se zajisté vyplatí, neboť firemní multimediální projekty se stanou mnohem působivějšími a práce s nimi efektivnější. Pozitivní dopad se týká i nákladů na tvorbu multimédií. Vzhledem k tomu, že jsme se v první části této knihy detailně seznámili se zásadami komunikace s generativními jazykovými modely, nyní velmi rychle porozumíme tomu, jak AI může vytvářet výrazně personalizovaný vizuální obsah, videa a podcasty.

Řada návodných příkladů se specifickým zaměřením na jednotlivé části moderní marketingové komunikace byla vytvořena v přímé interakci s jazykovým modelem ChatGPT-4. Jedná se tedy o autentické materiály, které prostupují celou touto knihou a byly vytvořeny na základě komunikace s tímto jazykovým modelem ve verzi:

OpenAI. (2023). ChatGPT-4 (August 3 Version) [Large language model]. https://chat.openai.com

Abychom čtenáře inspirovali, snažíme se jim poskytnout ucelený přehled o úloze umělé inteligence v marketingu a zároveň se snažíme rozptýlit

i případné obavy z používání těchto inovativních přístupů. Nabízíme vyvážený pohled, který zohledňuje kladné i záporné stránky práce s těmito nejmodernějšími platformami. Samozřejmostí je i teoretické ukotvení změn v rámci marketingu, které nás v budoucnosti při využívání umělé inteligence v marketingu dozajista čekají.

Kdo by měl tuto knihu číst?

Pokud vás zajímá budoucnost marketingu nebo jste fascinováni transformační silou umělé inteligence, pak je tato kniha vaším nepostradatelným průvodcem, podobně jako jsou GPS souřadnice pro mořeplavce. Neinformuje vás pouze o současných trendech, ale pomůže vám předvídat a přizpůsobit se dynamickým změnám, které formují marketingový svět. Stejně jako GPS souřadnice navigují mořeplavce přes nejisté vody, poskytne vám tato kniha konkrétní návody, strategie a nástroje pro úspěšnou navigaci v komplexním a stále se měnícím prostředí digitálního marketingu.

Ať už stojíte na kapitánském můstku lodi nadnárodní společnosti, nebo formujete novou generaci marketingových talentů na akademické půdě, tuto knihu nejen přečtete, ale i využijete. Poznatky, které na těchto stránkách získáte, jsou více než teoretické – jsou praktické, využitelné a inspirativní.

Představte si tu odezvu spolupracovníků, až na příští firemní strategickou poradu nebo akademický seminář přijdete vyzbrojeni nejmodernějšími poznatky o umělé inteligenci a marketingu. Tato kniha vás vybaví, abyste se stali respektovaným odborníkem, který nejen rozumí měnící se dynamice vývoje marketingu, ale také ví, jak ji obrátit ve svůj prospěch.

Přistihli jste se někdy, že si kladete otázku, jak činit rozhodnutí založená na datech, jež skutečně ovlivní vaše hospodářské výsledky? Nebo se možná jako akademický pracovník potýkáte s tím, jak v rychle se rozvíjejícím digitálním věku zvýšit aplikovatelnost a relevanci svého výzkumu? Tato kniha slouží jako katalyzátor změn a nabízí jak teoretický, tak praktický pohled na tyto otázky.

Rozdíl mezi akademickou sférou a firemní praxí byl dlouho kamenem úrazu pro obě odvětví. Tato kniha si klade za cíl tuto bariéru odstranit a poskytnout vyvážený pohled, který je jak teoreticky ukotvený, tak prakticky využitelný. V knize neprobíráme jen marketingové teorie – my je aplikujeme. Nejen že poukazujeme na problémy, ale nabízíme jejich řešení.