

# 人工智能背景下市场营销行业现状及发展趋势探究

赵永惠

重庆工商学校, 中国·重庆 402289

**【摘要】**本文首先从人工智能使市场营销数据的相关分析得以不断深化,提高了市场营销的实效性;使市场营销信息推送模式得以优化,提高了市场营销的时效性;使消费者的购物体验得到了极大的改善,从而推动市场营销的发展三个方面介绍了人工智能背景下市场营销行业的现状。之后从运用人工智能实现对消费者的购买需求进行精准定位;AI客服将成为营销客服的主流;能够对市场变化进行提前预测三个方面分析了人工智能背景下市场营销行业发展趋势。

**【关键词】**人工智能; 市场营销; 行业现状; 发展趋势

人工智能技术快速发展和应用,使得很多行业都朝着智能化方向发展,与此同时,市场营销行业也在此背景下发生了颠覆性的变革。人工智能的运用,不但可以让消费者在短时间收到与自身需求相满足的个性化信息,增强购物的愉悦感。同时,人工智能还能够推动市场营销服务模式的变革,使营销工作朝着个性、高效以及智慧化方向发展,促进市场营销效益的提高。

## 1 人工智能背景下市场营销行业的现状

1.1 人工智能使得市场营销数据的相关分析得以不断深化,提高了市场营销的实效性

人工智能技术的快速发展,使得各商家、电商以及搜索引擎企业能够对消费者的喜欢进行数据分析,对消费者的消费行为数据从微观视角进行重点分析,进而实现对消费者需求的精准定位,促进市场营销实效性的提高。而各数据分析主体之间的强化合作,则可以让智能技术共享以及用户数据的共享和互通、资源互补等得以实现,从而促进对客户服务能力提高,为精准营销构建强大的销售网络体系。

1.2 人工智能使市场营销信息推送模式得以优化,提高了市场营销的时效性

人工智能技术的不断发展,一定是朝着人们的多样化需求得以满足方向发展,故而人工智能技术的发展也必然要基于人本的理念,所以市场营销信息的推送模式也必然会越来越精准,并呈现出差异化、优质化与人性化的特点,促进智能精准营销亲和力的提高,从而促进精准营销推送模式时效性的提高。

1.3 人工智能背景下消费者的购物体验得到了极大的改善,从而推动市场营销的发展

在过去,各个商家、app以及购物平台在将商品的信息向广大消费者进行推送时,主要采取的是普遍撒网的模式,这不但缺少足够的精准度,还容易让消费者错误的认为是个人信息遭到泄露或是电信诈骗等,而使购物心情受到了营销。而人工智能背景下,利用大数据所具有的优势,各企业则可以对消费者的购物喜好进行分析,推送消费者感兴趣的信息,从而促进消费者购物体验的提高。

## 2 人工智能背景下市场营销行业发展趋势

人工智能基于大数据做出的多方位分析,使得人们的生活更为便捷,特别是对于市场营销更提供了较多的便利条件。作为消费者来说,能够利用人工智能将自身所需的产品快速的查找出来作为商家而言,也能够利用大数据对客户的需求在短时间内更为精准的获知。基于此,在人工智能背景下分析市场营销行业发展的趋势,可以基于定位、销售以及预测几个方面加以分析。

2.1 能够运用人工智能对消费者的购买需求进行精准定位

人工智能能够在对大数据进行利用的基础上,智能化的筛选、

分类以及分析数据,进而针对消费者的购买需求做到精准定位,而有针对性的为不同的用户提供所需信息。比如,当我们打开淘宝APP时,就因为每个人的消费喜好、能力等不同,而页面所显示的内容和接到的推送信息也不相同。而随着人工智能的发展,市场营销行业的发展,必然会基于分析这个基础,有针对性的采取策略,进而通过大数据的分析,对客户进行精准定位。以百度搜索引擎为例,就针对用户点击的次数以及频率,运用人工智能为企业制定较为合适的广告方案与策略。而后营销人员则可以结合相关信息对PPC加以改进,发掘潜在的用户,制定个性化广告。各个商家也可以结合对客户进行自动筛选,实现对广告的精准投放,促进企业效益的提高。

### 2.2 AI客服将成为营销客服的主流

对于产品的销售来说,不论是销售人员的营销方式,还是营销水平都对销售效果具有重要的影响。过去,销售主要是销售人员针对客户所实施的面对面营销,而随着电商的发展,线上客服则成了重要的销售人员。人工智能背景下,很多商家都选择了AI客服,利用AI客服不但能够自动与客户间进行对话,还能够从产品的销售以及售后服务等方面对商家进行协助,进而使客服投入减少,促进实际营销效率的提高。此外,商家还能够利用人工智能所具有的语音识别以及语言生产等,对用户自动选择服务给予帮助。同时,还能够及时对消费者的反馈和咨询进行回复,同时还可以在较短的时间分析消费者的消费喜好,而对其以个性化的回复,增强消费者的满意度。

### 2.3 能够对市场变化进行提前预测

市场营销最重要的就是要做好对消费者以及市场的预测。利用AI技术,商家可以对客户信息进行优化和挖掘,发现潜在的潜在客户,进而针对潜在客户制定出相应的营销计划。而从客户角度来看,预测行为可以使其对商品的选择时间大大的缩短,增强商品与自身需求的契合度,确保商品对更好的满足自身的需求。比如,天猫、淘宝以及京东等购物网站就运用人工智能技术对消费者的浏览偏好以及接受的价格范围等进行分析,进而将与消费者需要的相关商品信息推送给消费者,从而更好的其购买的欲望。

### 参考文献:

- [1] 于檬. 人工智能背景下市场营销行业现状及发展趋势研究[J]. 财富生活, 2019, (18): 82-83.
- [2] 冀凯峰. 浅谈人工智能技术背景下的市场营销[J]. 辽宁经济, 2019 (4): 82-83.
- [3] 李晓艺. 人工智能在市场营销领域的应用现状与趋势研究[J]. 中国战略新兴产业, 2018 (5).
- [4] 韦雅楠. 人工智能在市场营销领域的应用现状与趋势研究[J]. 商情, 2019 (8).