



با افزایش استفاده مردم از مدل‌های زبان بزرگ (LLM) مانند ChatGPT برای کسب اطلاعات، الهام گرفتن و تصمیم‌گیری در خرید، بازاریابان نیاز دارند استراتژی خود را برای جذب مخاطب، تعامل و افزایش فروش به‌روز کنند. این تغییر، روش‌های جدیدی برای ایجاد، فعال‌سازی و اندازه‌گیری تبلیغات می‌طلبد و Adobe یکی از پیشگامان این تحول است.

به همین دلیل، Adobe با گسترش همکاری خود با OpenAI به عنوان شرکت آزمایشی در برنامه Ad Pilot، شروع به تست تبلیغات در ChatGPT کرده است. این آزمایش برای کاربران ۱۸ سال به بالا در ایالات متحده و روی نسخه‌های رایگان و Go انجام می‌شود.

آزمایش تبلیغات در ChatGPT

Adobe با استفاده از هوش مصنوعی، بازاریابان را قادر می‌سازد تجربه‌های دیجیتال شخصی‌سازی شده ایجاد و بهینه کنند. در این برنامه آزمایشی، Adobe به بررسی نحوه ادغام تبلیغات در ChatGPT می‌پردازد تا نمایش برند و تعامل با مشتری به شکل مفید و مرتبط صورت گیرد، بدون اینکه اعتماد کاربران به ChatGPT کاهش یابد.

Asad Awan، مسئول تبلیغات و درآمد OpenAI، می‌گوید:

“تبلیغات نقش مهمی در حمایت از دسترسی گسترده به هوش مصنوعی دارند. با همکاری شرکایی مانند Adobe، می‌توانیم تجربه‌های تبلیغاتی جدید را با دقت آزمایش کنیم و مطمئن شویم که تبلیغات واضح، مرتبط و مفید هستند.”

در این آزمایش، Adobe تبلیغ محصولات Acrobat Studio و Adobe Firefly را اجرا خواهد کرد، با همکاری آژانس WPP Plc.

- Acrobat Studio: ترکیبی از قابلیت‌های هوش مصنوعی ChatGPT، ابزارهای PDF و قدرت خلق محتوا در Adobe Express، به کاربران امکان می‌دهد تجربه‌ای یکپارچه از مدیریت و ایجاد محتوا داشته باشند.
- Adobe Firefly: پلتفرمی برای خلاقان که فرآیند ایده‌پردازی تا خلق اثر را پشتیبانی می‌کند.

این برنامه به Adobe کمک می‌کند تا درک بهتری از نحوه ارائه تبلیغات مفید و مرتبط به کاربران داشته باشد، بدون اینکه اعتماد آنها به ChatGPT و چارچوب حفظ حریم خصوصی OpenAI خدشه‌دار شود.



تقویت بازاریابی با هوش مصنوعی

Adobe در حوزه مدیریت تجربه مشتری (Customer Experience Orchestration) پیشرو است و ابزارهایی ارائه می‌دهد که برندها را در دیدپذیری، زنجیره تولید محتوا و تعامل با مشتری توانمند می‌سازد.

در پلتفرم‌های تولید محتوا مانند ChatGPT که ارتباط و زمینه اهمیت زیادی دارد، توانایی تولید سریع و بهینه‌سازی خلاقیت‌ها اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

- Adobe GenStudio for Performance Marketing این امکان را به بازاریابان می‌دهد تا محتوای برند را از یک نقطه ایجاد، ترکیب، فعال و بهینه کنند و در تمام کانال‌های تبلیغاتی هماهنگ باشند.
- Adobe LLM Optimizer به برندها کمک می‌کند تا کنترل نحوه نمایش و ارجاع محتوای خود در نتایج جستجوهای هوش مصنوعی را داشته باشند.

همچنین، پس از تکمیل خرید Semrush (در حال طی مراحل قانونی)، Adobe ابزار جامعی ارائه خواهد کرد که نمای کلی از نحوه دیده شدن برندها در کانال‌های مختلف، موتورهای جستجو و LLMها فراهم می‌کند.

آینده بازاریابی

Adobe معتقد است آینده بازاریابی در تقاطع خلاقیت، داده و تجربه‌های مبتنی بر هوش مصنوعی شکل می‌گیرد. با رشد هوش مصنوعی مکالمه‌ای، تعامل کاربران با برندها تغییر می‌کند و Adobe متعهد است بازاریابان را در ایجاد تجربه‌های شخصی و ارزشمند برای کاربران در سطح جهانی همراهی کند.

منبع: blog.adobe.com

