

AI A VÁLLALAT LÁTHATÓSÁGÁNAK JAVÍTÁSÁÉRT

MIÉRT FONTOS EZ A TÉMA?

A vállalat láthatósága elengedhetetlen előfeltétele annak, hogy sikeresen pozícionálja magát a piacon a digitális kommunikáció és a közösségi média korában. A vállalat önmagáról mutatott képe segít vonzani a fogyasztók és a potenciális munkavállalók figyelmét. A kkv-k azonban sok esetben nem rendelkeznek a szükséges ismeretekkel és a ráfordítható idővel, hogy megfelelő módon foglalkozzanak a témával. Nem elég, ha a vállalatnak van weboldala, annak elég vonzónak is kell lennie ahhoz, hogy felkeltse a fogyasztók és a munkavállalók figyelmét. Releváns tartalmakat kell bemutatni, megnyerő módon. A vállalati információk széles körű terjesztéséhez különböző digitális csatornákat kell használni, kezelni és karbantartani. Az AI-eszközök segíthetnek a kis- és középvállalkozásoknak ezekben a folyamatokban.

fénykép: Khakimullin Aleksandr/Shutterstock.com



fénykép: Rymden/Shutterstock.com

MILYEN ESETEKBEN ÉRDEMES HASZNÁLNI?

Az AI-eszközök felhasználhatók a vállalaton belül releváns üzleti információk generálására és azok figyelemre méltó bemutatására, ami a vállalat önmagáról kialakított képét javítja. Az AI-eszközök képessége a valós idejű információk előkészítésére segít a vállalatoknak felismerni a piaci változásokat és beépíteni azokat az önbejelentésükbe. Ezenfelül az AI-eszközök segíthetnek a vállalatoknak abban is, hogy a közösségi média csatornákat rendszeresen, releváns üzleti információkkal lássák el, biztosítva, hogy a vállalat látható maradjon az ügyfelek és a munkavállalók szemében.



WWW.AI4SMES.EU



Co-funded by the
European Union

AI A VÁLLALAT LÁTHATÓSÁGÁNAK JAVÍTÁSÁÉRT

AI-BEVEZETÉS: GYAKORLATI PÉLDA

Egy villamosenergia-ipari vállalat teljes mértékben kihasználja az AI adta lehetőségeket a láthatóság és márkaismertség növelése érdekében, ezért növeli a jelenlétét LinkedIn-en. A vállalat a ChatGPT segítségét kérte 12 LinkedIn-bejegyzés megfogalmazásában. A legpontosabb szövegek létrehozása érdekében pontos és releváns vállalati információkat adtak meg az AI rendszernek, valamint konkrét irányelveket a várt eredményekről. Ebből az AI 12 konkrét, vállalattal kapcsolatos szöveget generált, amelyeket hetente tesznek közzé a LinkedIn-en.



fénykép: kelvn/Shutterstock.com

MIT KELL FIGYELEMBE VENNI?

Ha a vállalatok AI-t használnak a közösségi médiára szánt szövegek írásakor, több tényezőre is figyelniük kell, hogy hiteles és hatásos tartalmat hozzanak létre, amely erősíti a márka hangját és fenntartja a célközönség bizalmát. Központi szempont a márka megjelenésének következetessége: az AI által generált szövegeknek összhangban kell lenniük a márka hangjával és identitásával. A hangnemre és stílusra vonatkozó egyértelmű követelmények megadásával a tartalom hitelesnek és koherensnek tűnik, függetlenül a platformtól. Ezt legjobban előre meghatározott stílusirányelvekkel lehet elérni, amelyek biztosítják, hogy az AI következetesen képviselje a márkát. Fontos, hogy a tartalom alkalmazkodjon a közönség igényeihez. A különböző célcsoportok vagy földrajzi régiók igényei eltérnek egymástól, az üzeneteket is ehhez kell igazítani. Az AI-modelleket fel kell készíteni a lokalizált tartalomra. Ezeket a tartalmakat azonban felül kell vizsgálni, hogy kulturálisan megfelelőek és kontextuálisan relevánsak legyenek.



fénykép: alphaspirit.it/Shutterstock.com