

2024AI营销应用场景

目录 CONTENT

PART 概述：营销行业的发展演变推动AI规模化应用

01	● 1.1 营销行业从传统到智能化的发展概述	02
	● 1.2 丰富的营销场景推动AI规模化应用	03
	● 1.3 AI加速营销行业数字化转型	03

PART AI赋能营销的场景

02	● 2.1 营销行业的技术和应用架构	07
	● 2.2 AI在营销场景中的关键应用	07

PART AI应用于营销全链路

03	● 3.1 AI+广告投放	13
	● 3.2 AI+私域运营	16
	● 3.3 AI+直播电商	19
	● 3.4 AI+B2B内容营销	21
	● 3.5 AI+品牌管理	24

PART

应用前景展望

04

● 4.1 行业（AI营销）规模预测	28
● 4.2 AI营销应用趋势	28

PART

附录：人工智能常用名词/概念解释

05

● 自然语言处理技术	31	● 对话式人工智能	33
● 生成式人工智能	31	● 数字人	33
● 计算机视觉	31	● 算法	33
● GPT	31	● 增量训练	33
● 聊天机器人	31	● 增强分析	33
● 大语言模型	32	● 深度学习	34
● 机器人流程自动化	32	● 多模态人工智能	34
● 知识图谱	32	● 虚拟助手	34
● 通用人工智能	32	● 扩散模型	34
● 智能语音技术	32	● 提示工程	34
● 人工智能代理	32	● 提示词	34
● 商业智能	32	● 数据安全	34
● 机器学习	33	● 人工智能伦理	34
● 基础模型	33	● 数据挖掘	34
● 模型	33		

02.

AI赋能营销的场景

2.1 营销行业的技术和应用架构

2.2 AI在营销场景中的关键应用

CLICK

PART
02AI赋能营销的
场景

2.1 营销行业的技术和应用架构



2.2 AI在营销场景中的关键应用

2.2.1 智能广告投放

广告投放对AI能力需求尤为突出，广告投放占据了品牌企业全年的大部分营销预算。随着媒体渠道多样化，传统粗放式广告投放缺乏可验证的投放效果数据；同时，经济下行，消费低迷，品牌对效果的要求尤甚从前。因此智能化的广告投放需求变得更加突出，广告主需要全链路数据监测能力，同时也追求不断趋于优化的广告效果。

广告投放效率与效果提升的维度

内容形式与质量标准

运营人员专业能力和经验要求

执行效率提升

批量数据分析

投放策略优化

AI赋能广告投放并非新生能力，过去智能化的应用主要在媒体端，AI帮助广告资源的管理更加精细化。随着生成式AI的应用，广告主同样可以拥有更多主动性广告智能化投放能力。

● 常见应用列举

场景一 广告创意内容生成和优化

根据需求描述与提示，AI可以直接生成创意内容，并依据投放后效果反馈，优化投放策略，提高广告的有效触达率、点击率和转化率。

分析用户对不同内容的反应，实时调整广告素材和文案，以提高广告的吸引力和转化效果。

在内容素材方面，AI支持生成包含图片、文字、视频、音频等类别内容。

场景二 智能广告定向与个性化展示

基于用户历史行为数据分析，精确圈定广告的目标受众，并将广告投放给符合预设条件的用户。综合分析广告投放数据、用户的基础属性、兴趣偏好、地理位置、历史购买行为等信息，AI可以将相应的广告推送给更为精准的用户，提高广告的投放效果。

2.2.2 营销数据分析与趋势预测

Salesforce 《2022 State of Marketing AI Report》提到这样一组数据，未来两年内有计

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/066130221115010111>