

# 人工智能背景下现代企业市场营销的战略思考

巴 金

北京工商大学商学院, 北京

收稿日期: 2023年10月28日; 录用日期: 2023年12月2日; 发布日期: 2023年12月14日

## 摘 要

人工智能技术在市场营销领域的应用既有利又有弊, 利在于便利了企业, 弊在于具有数据隐私、算法偏见等不足。现代企业怎样使用人工智能来优化市场营销活动已经成为企业的着重关注点。本文通过梳理以前的文献资料, 进一步分析了人工智能营销的内涵、优势、趋势、挑战 and 对策等问题, 以期能为现代企业市场营销战略布局提供参考。

## 关键词

人工智能, 现代企业, 市场营销, 战略思考

# Strategic Thinking on Modern Enterprise Marketing under the Background of Artificial Intelligence

Jin Ba

Business School, Beijing Technology and Business University, Beijing

Received: Oct. 28<sup>th</sup>, 2023; accepted: Dec. 2<sup>nd</sup>, 2023; published: Dec. 14<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

The application of artificial intelligence technology in the field of marketing has both advantages and disadvantages. The advantages lie in the convenience of enterprises, while the disadvantages lie in the shortcomings of data privacy and algorithm bias. How modern enterprises use artificial intelligence to optimize marketing activities has become a major concern of enterprises. By combining the previous literature, this paper further analyzes the connotations, advantages, trends, challenges and countermeasures of artificial intelligence marketing, so as to provide references for the marketing strategy layout of modern enterprises.

## Keywords

Artificial Intelligence, Modern Enterprise, Marketing, Strategic Thinking

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

现代社会，人工智能技术不断创新发展，现代企业持续将人工智能技术应用到企业的生产经营活动之中。而且在数字经济高速发展的背景下，现代企业在产品设计、生产、销售等多个环节中不断提升人工智能技术的运用水平。人工智能不仅在新兴行业发展迅速，而且在传统行业中也方兴未艾。据艾瑞预测，2021年人工智能核心产业总值达2000亿人民币，预计2026年将达到6000亿人民币以上。人工智能芯片技术也在不断创新发展[1]。

在人工智能商业化的探索中，我们可以从需求侧看到各行各业以高价值场景为落点做持续的人工智能泛化。在现代线上消费兴盛的背景下，人工智能可以模拟市场营销人员实时在线对应消费者提问。人工智能的应用促进了生产者与消费者的交流互动，但是也给企业的市场营销活动带来了如个人信息泄露、营销力度过强、算法偏见严重等问题。我们将针对人工智能营销的内涵、优势、趋势、挑战和对策等方面进行梳理研究，为现代企业应对人工智能营销活动中的问题提供借鉴和思考。

## 2. 人工智能背景下的市场营销

### 2.1. 智能营销的内涵

智能营销，是一种新的现代营销概念。它促进了人工智能与市场营销的有机结合，智能营销是一种在人工智能、大数据等现代技术基础上的人工智能化运营模式。人工智能可以高度模仿营销人员一些营销语言、动作、态度等行为。随着人工智能技术的不断成熟，人工智能营销完全可以胜任营销人员所需要进行的一些工作，并不断改变着市场营销人员的营销方法和思维。目前，企业界形成了一种共识，就是人工智能营销是一种创新型营销新概念，它包括智能化识别、存储、实行等多个方面[2]。

### 2.2. 智能营销的技术基础

智能营销是一种利用先进技术来分析客户需求，实现个性化推荐和精准营销的方法。它包括数据分析和挖掘、人工智能和机器学习、大数据分析、云计算、物联网技术、区块链技术、自然语言处理、人脸识别技术等方面[3]。

#### 1) 数据分析和挖掘

数据分析和挖掘是智能营销的核心技术之一，它可以帮助企业从海量数据中提取有价值的信息，以支持更精准的决策。数据分析和挖掘的基本流程包括数据采集、数据预处理、数据分析和挖掘建模等。数据采集是指从多个来源收集数据，例如用户行为数据、市场调研数据等。数据预处理包括数据清洗、数据转换等，以消除异常值、缺失值和重复值，保证数据的质量和可靠性。数据分析和挖掘建模则利用统计学、机器学习等方法，建立数据分析模型和挖掘模型，发现数据的潜在规律和趋势，为企业提供决策支持[4]。

## 2) 人工智能和机器学习

人工智能和机器学习是智能营销的关键技术，它可以帮助企业更好地理解客户需求，预测市场趋势，优化产品和服务。机器学习是人工智能的一个重要分支，它利用算法让计算机自动学习数据，发现规律和趋势，从而完成特定的任务。

在智能营销中，机器学习算法可以用于用户行为分析、推荐系统、语音识别、图像识别等领域。深度学习是机器学习的一个分支，它利用神经网络模型处理复杂的数据结构，实现更加精准和高效的学习和推断。自然语言处理是机器学习的另一个重要分支，它利用计算机视觉、语音识别等技术，将文本、声音等自然语言转化为计算机可处理的数据，以支持智能营销中的文本分析、情感分析等应用。

## 3) 大数据分析

大数据分析是指利用大数据技术对海量数据进行处理和分析，以发掘其中隐藏的价值和规律。大数据分析的基本流程包括数据存储、数据处理、数据分析等。在智能营销中，大数据分析可以帮助企业全面了解市场和用户需求，发现潜在的商机和发展方向。例如，通过对用户行为数据的分析，企业可以发现用户的购买习惯、需求偏好等信息，以实现精准的产品设计和推荐。通过对市场数据的分析，企业可以掌握市场趋势、竞争情况等信息，以制定更加科学的市场策略。

## 4) 云计算

云计算是一种将计算资源和服务通过互联网提供给用户的模式，它可以帮助企业降低 IT 成本、提高效率、实现灵活扩展。云计算的基本组件包括云服务、云存储和云安全。在智能营销中，云计算可以为企业强大的计算能力和数据处理能力，以支持大规模的营销活动。同时，云计算还可以为企业灵活的扩展能力，以应对市场变化和用户需求的变化。此外，云计算还可以帮助企业保护数据安全，以避免数据泄露和攻击。

## 5) 物联网技术

物联网技术是指通过物联网设备将物理世界与数字世界相连接，实现智能化管理和控制的一种技术。物联网技术的核心是传感器技术，它可以通过对物理量的测量和感应，将数据传输到计算机或云端进行数据处理和分析。

在智能营销中，物联网技术可以为企业提供更加精准的用户行为数据和市场趋势预测。例如，通过在产品中加入传感器技术，企业可以追踪产品的使用情况，了解用户的购买习惯和需求偏好。此外，物联网技术还可以为企业提供更加智能化的生产和供应链管理，以提高生产效率和企业竞争力。

## 6) 区块链技术

区块链技术是一种去中心化的分布式数据库技术，它可以通过加密算法保证数据的不可篡改性和安全性。区块链技术的核心是共识机制，它可以让各个节点在无需信任第三方的情况下达成共识，提高系统的可靠性和透明度。

在智能营销中，区块链技术可以为企业提供更加安全和透明的数据管理和交易记录。例如，通过区块链技术，企业可以在无需第三方中介的情况下实现交易的可追溯性和安全性。此外，区块链技术还可以为企业提供更加便捷的数字货币的发行和交易服务，以实现更加便捷和高效的营销和交易活动[5]。

## 7) 自然语言处理

自然语言处理是一种将自然语言转化为计算机可处理的数据的技术。自然语言处理包括多个分支，例如文本分类、情感分析、机器翻译等。

在智能营销中，自然语言处理可以为企业提供更加精准的文本分析和情感分析。例如，通过自然语言处理技术对社交媒体上的评论进行分析，企业可以了解用户对产品的态度和反馈，以制定更加精准的

营销策略。此外，自然语言处理还可以为企业提供多语种之间的翻译服务，以帮助企业拓展海外市场。

#### 8) 人脸识别技术

人脸识别技术是一种利用计算机视觉技术将人脸图像转化为可识别和分析的数据的技术。人脸识别技术包括多个分支，例如人脸检测、人脸对齐、特征提取和识别等。在智能营销中，人脸识别技术可以为企业提供更加精准的目标用户识别和个性化推荐。

### 3. 人工智能在市场营销中的优势

随着科技的不断发展，人工智能(AI)逐渐渗透到各个领域，其中包括市场营销。AI 在市场营销中的应用可以帮助企业更好地了解市场需求和消费者行为，提高营销效率和客户满意度，降低成本和提高投资回报率(ROI)，实现个性化营销和精准营销等目标。本文将详细探讨人工智能在市场营销中的优势[6]。

#### 1) 快速解读和挖掘数据

大数据时代，数据是市场营销的重要基础。然而，传统的数据处理方法往往无法满足企业对大量数据的处理需求。人工智能技术可以快速处理和分析大量数据，挖掘出其中的规律和趋势，为企业的决策提供有力支持。例如，AI 可以通过对市场数据的分析，帮助企业发现市场趋势和潜在机会，从而制定更精准的营销策略[7]。

#### 2) 实现个性化营销和精准营销

个性化营销和精准营销是现代市场营销的重要方向。人工智能技术可以通过对消费者数据的分析，了解消费者的兴趣、偏好和行为等特征，为企业提供个性化的产品和服务推荐。这种个性化的推荐方式可以提高客户满意度和忠诚度，同时提高营销 ROI。例如，电商网站可以通过 AI 技术分析用户的浏览历史、购买记录等数据，为其推荐相关的产品，提高用户购买意愿和网站转化率。

#### 3) 降低营销成本和提高营销 ROI

人工智能技术可以帮助企业自动化营销流程，减少人力成本。例如，通过 AI 技术，企业可以实现智能客服和自动化邮件营销等任务，减少人力投入的同时提高工作效率。此外，AI 可以通过对市场数据的分析，帮助企业制定更精准的营销策略，提高投入产出比，从而实现营销效益的最大化。例如，通过 AI 技术分析市场趋势和竞争对手情况，企业可以制定更具针对性的营销策略，提高市场占有率和销售业绩。

#### 4) 提供更好的客户体验

客户体验是决定企业竞争胜负的关键因素之一。人工智能技术可以帮助企业提供更好的客户体验。例如，通过智能客服和个性化推荐等方式，AI 可以满足消费者的个性化需求，提高消费者对企业的信任度和满意度。此外，AI 还可以通过实时监测和自动响应等方式，快速处理消费者的问题和反馈，提高售后服务质量和效率。这些都将有助于提高客户体验和客户满意度。

#### 5) 增强营销可交互性

可交互性是人工智能相较于传统市场营销最显著的优势之一。AI 能够像人一样进行思考，根据消费者的反馈进行自我学习和改进，同时还可以根据消费者的需求进行个性化的推荐和服务。这种交互性不仅增强了消费者与企业之间的联系和互动，还有助于提高消费者对企业的信任度和忠诚度。例如，通过 AI 技术，企业可以实现与消费者的实时互动和对话，了解消费者的需求和反馈，从而提供更符合消费者期望的产品和服务。

总之，人工智能在市场营销中的应用可以帮助企业更好地了解市场需求和消费者行为，提高营销效率和客户满意度，降低成本和提高 ROI，实现个性化营销和精准营销等目标，增强营销可交互性等。随着人工智能技术的不断发展，将会有更多的企业开始尝试将人工智能应用到市场营销中以实现更高效更个性化的营销推广，提升企业的竞争力和市场占有率。

## 4. 人工智能促进营销管理新趋势

随着人工智能技术的不断发展，营销管理正在经历一场前所未有的变革。人工智能为营销人员提供了更多的机会和手段，促进了营销策略和技术的创新。下面将从个性化营销、实时营销、数据驱动决策、社交媒体营销、视频营销、移动营销、内容营销和搜索引擎优化等方面，探讨人工智能促进的营销管理新趋势[7]。

### 1) 个性化营销

个性化营销是指根据用户的特点和需求，为其提供定制化的产品和服务。人工智能技术的应用，使得个性化营销更加精准和高效。通过用户数据分析和用户画像的构建，企业可以更加深入地了目标用户的需求和偏好，为其提供个性化的产品推荐和服务体验。例如，电商平台可以根据用户的浏览记录和购买行为，推荐相关的商品和活动，提高用户满意度和转化率。

### 2) 实时营销

实时营销是指企业及时响应市场需求和变化，与用户进行实时互动。人工智能技术的应用，使得企业可以快速地获取市场信息和用户反馈，准确地把握市场变化和用户需求。通过实时的数据分析和响应机制，企业可以在第一时间调整营销策略和提供个性化的解决方案，增强用户黏性和忠诚度。例如，在疫情期间，企业可以通过人工智能技术跟踪和分析用户的健康状况和需求，提供精准的在线咨询和服务。

### 3) 数据驱动决策

数据驱动决策是指企业通过数据分析和挖掘，为营销决策提供可靠的支持。人工智能技术的应用，使得企业可以更加全面地收集、分析和挖掘营销数据，为营销决策提供更加准确和及时的数据支持。通过数据驱动的营销决策，企业可以提高营销效率和准确性，降低营销成本和风险。

### 4) 社交媒体营销

社交媒体营销是指企业利用社交媒体平台进行品牌宣传和用户互动。人工智能技术的应用，使得企业可以更加精准地定位目标用户和群体，制定更加个性化的营销策略和方案。通过社交媒体平台的用户数据分析和挖掘，企业可以了解用户的兴趣爱好和需求，为其提供更加精准的广告宣传和品牌推广。此外，社交媒体平台也为企业提供了更多的互动形式和工具，如评论、点赞、私信等，提高了与用户的互动率和参与度。

### 5) 视频营销

视频营销是指企业通过视频内容进行广告宣传和品牌建设。人工智能技术的应用，使得企业可以更加高效地制作和发布视频内容，提高视频的质量和传播效果。通过智能化的视频制作和发布流程，企业可以快速地生成优质的视频内容，提高广告宣传和品牌推广的效果。此外，人工智能技术还可以为企业提供视频内容的互动体验和数据分析，帮助企业更好地了解视频传播的效果和用户反馈。

### 6) 移动营销

移动营销是指企业通过智能手机和平板等移动设备进行广告宣传和营销活动。人工智能技术的应用，使得企业可以更加精准地定位目标用户和群体，提高广告宣传和营销活动的针对性和效果。通过移动设备的地理位置服务和用户行为分析，企业可以了解目标用户的消费习惯和位置信息，为其提供更加个性化的广告宣传和营销活动。此外，移动设备还为企业提供了更多的互动形式和渠道，如 APP、短信、微信公众号等，提高了与用户的互动率和参与度。

### 7) 内容营销

内容营销是指企业通过创建有价值的、有吸引力的内容来吸引目标用户，建立品牌价值和用户黏性。人工智能技术的应用，使得企业可以更加高效地生成和发布内容，提高内容的质量和传播效果。通过智

能化的内容生成和发布流程，企业可以快速地生成优质的内容，提高用户的参与度和粘性。此外，人工智能技术还可以为企业提供内容的互动体验和数据分析，帮助企业更好地了解内容的传播效果和用户反馈。

#### 8) 搜索引擎优化

搜索引擎优化是指企业通过优化网站结构和内容，提高网站在搜索引擎中的排名和曝光率。人工智能技术的应用，使得企业可以更加全面地了解用户的搜索需求和行为，为网站优化提供更加准确的方向和策略。通过智能化的关键词分析和网页结构优化，企业可以提高网站的搜索排名和曝光率，吸引更多的潜在用户和客户。此外，人工智能技术还可以为企业提供更深入的网站流量的分析和优化，帮助企业更好地了解网站的访问情况和用户行为。

总结人工智能技术在营销管理中的应用正在成为一种趋势，它为营销人员提供了更多的机会和手段，促进了营销策略和技术的创新。从个性化营销到实时营销，从数据驱动决策到社交媒体营销，从视频营销到移动营销，从内容营销到搜索引擎优化，人工智能技术正在发挥越来越重要的作用。对于企业来说，如何利用人工智能技术提高营销效率和效果，成为了一个值得思考和实践的重要课题。

## 5. 人工智能背景下企业营销面临的挑战和对策

(一) 人工智能在营销中的应用是优势与挑战并存。挑战表现在以下四个方面。

1) 人机交互：如何让机器理解人类情感和意图，提高人机交互的效率和体验，仍是亟待解决的问题。

2) 数据隐私：AI技术的应用需要大量数据支持，但数据的收集和处理过程中可能涉及到用户隐私的问题。企业面临着怎样利用数据进行营销的同时保护用户隐私的问题和挑战。

3) 算法偏见：人工智能算法本身可能存在偏见和误判，这可能影响到企业的决策和产品的推广效果。如何确保算法的公正性和透明度，避免偏见和误判，是另一大挑战。

4) 缺乏法规与标准：目前 AI 在营销领域的应用缺乏完善的法规与标准，这可能导致市场混乱和企业难以应对各类挑战[8]。

(二) 为应对以上挑战，本文提出以下对策和建议。

1) 提升人机交互体验：加大对自然语言处理等技术的研发投入，提高机器对人类情感和意图的理解能力，提升人机交互的效率和体验。同时，企业应关注用户反馈，持续优化 AI 服务，以更好地满足用户需求[9]。

2) 保护客户数据隐私：建立健全数据保护制度和隐私政策，严格限制数据的使用范围，避免数据泄露和滥用。同时，企业应对数据进行脱敏处理，以保护用户隐私。

3) 消除算法偏见：企业应加强对算法的监控和审查，确保算法公正透明。在算法设计和优化过程中，企业应充分考虑各类因素，避免因偏见和误判导致的不良后果。同时，政府应出台相关政策，规范算法应用市场，避免算法偏见问题的出现。

4) 完善法规与标准：政府应加快制定和完善 AI 在营销领域的相关法规与标准，规范市场秩序，为企业提供指导和支持。同时，企业应积极配合政府工作，加强自律，遵守相关法规与标准[10]。

## 6. 结论

人工智能在市场营销中的应用具有巨大潜力和挑战。通过提升人机交互体验、保护客户数据隐私、消除算法偏见和完善法规与标准等措施，可以有效地应对这些挑战，并充分发挥 AI 在营销中的优势，推动企业的可持续发展。

总之，AI 在市场营销中的应用正在改变企业与消费者之间的互动方式，为企业带来前所未有的商业

机遇。未来,随着 AI 技术的不断发展,其在市场营销中的应用也将越来越广泛,为企业提供更加精准的营销建议和个性化的产品和服务。而人工智能的应用在促进生产者与消费者的交流互动的同时,也给企业的市场营销活动带来了如个人信息泄露、营销力度过强、算法偏见严重等问题。我们针对人工智能营销的内涵、优势、趋势、挑战 and 对策等方面进行梳理研究,以期为现代企业利用人工智能进行市场营销战略布局提供借鉴和思考。

## 参考文献

- [1] 艾瑞发布新报告, 萨摩耶云入选 AI 产业图谱和优秀案例[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1725432366270720577&wfr=spider&for=pc>, 2022-02-22.
- [2] 汪涛, 谢志鹏. 拟人化营销研究综述[J]. 外国经济与管理, 2014, 36(1): 38-45.
- [3] 刘江涛. 大数据下云计算的人工智能创新分析[J]. 互联网周刊, 2023(16): 43-45.
- [4] 陈琼. 人工智能在智慧营销中的应用研究[J]. 今商圈, 2023(6): 141-144.
- [5] 姜利. “互联网+”市场营销模式创新研究[J]. 科技资讯, 2023, 21(17): 253-256.
- [6] 黄海英. 人工智能在市场营销中的应用与实践[J]. 管理观察, 2020(5): 30-31.
- [7] 金浩. 大数据实时性能挖掘研究与应用[J]. 通信世界, 2022(19): 47-48.
- [8] 吴沁玥. 论人工智能营销市场分析的战略框架[J]. 中国市场, 2023(3): 106-108.
- [9] 姜婷婷, 许艳闰, 傅诗婷, 陆伟. 人智交互体验研究: 为人本人工智能发展注入新动力[J]. 图书情报知识, 2022, 39(4): 43-55.
- [10] 张建勋, 田光玉, 刘航, 芦丽旭. 发达国家人工智能产业链融合发展策略及启示[J]. 武汉职业技术学院学报, 2023, 22(2): 94-101.