

ارائه رویکردی یکپارچه بکارگیری هوش مصنوعی برای بهبود عملکرد کسب و

کارهای الکترونیکی مبتنی بر دانش

علیرضا مقدسی^۱، فاطمه مزینانی^۲، مژگان رجبی الم دشت^۳

^۱ استادیار گروه مدیریت، دانشگاه بین المللی امام رضا (علیه السلام)

alireza_moghaddasi@yahoo.com

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات - گرایش سیستم های اطلاعاتی پیشرفته، دانشگاه فردوسی مشهد

fatemeh.mazinani@mail.um.ac.ir

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات - گرایش سیستم های اطلاعاتی پیشرفته، دانشگاه فردوسی مشهد

Moji.rajabi71@gmail.com

چکیده - هوش مصنوعی یک برنامه نرم افزاری است که به افزایش بهره وری شرکت ها کمک میکند. بنابراین، کسب بیشتر دانش بازاریابی و دانش سازمانی برای توسعه عملکرد شرکت های تجاری بسیار مهم است. اگرچه زیرساخت های هوش مصنوعی هزینه بر بوده اما استفاده از آن می تواند سطح عملکرد سازمان های تجاری را بهبود بخشد. به کارگیری هوش مصنوعی به افزایش تولید دانش شرکت ها کمک میکند. استفاده از هوش مصنوعی به شرکت ها کمک می کند تا دانش فرایند بازاریابی B2B را کسب کنند که در جهت ارتقا کالا و محصولات برای این شرکت ها سودمند است. با استفاده از امکانات برنامه های هوش مصنوعی، شرکت ها به راحتی می توانند اطلاعاتی در مورد تقاضا و نیازهای بازار به دست آورده و محصولات خود را براساس تقاضای بازار بهبود بخشند. بهبود خدمات با توجه به تقاضاها و نیازهای بازار به شرکت ها کمک می کند تا تعداد مشتریان خود را افزایش دهند. هدف از این مطالعه تحقیقاتی، تحلیل چهارچوب هوش مصنوعی و تاثیر آن بر روی عملکرد تجاری شرکت ها می باشد. استفاده از هوش مصنوعی نه تنها بر شرکت های بین المللی تاثیر می گذارد، بلکه شرکت های بازارهای داخلی نیز تحت تاثیر قرار می گیرند.

کلید واژه- بازاریابی B2B، دانش عملکرد تجاری، محصول، هوش مصنوعی

مصرف کننده و فروشنده برای بهبود دانش تولید کمک کند. همچنین بر روی یکسان سازی داده به منظور تبادل اطلاعات و ارتباطات با مخاطب مورد نظر، در حین ارتباط و سرگرم کردن مخاطب، با استفاده از کانال های مرجع موثر است. علاوه بر این، کاربردی بودن در این محیط تجاری رقابتی، نیازمند تمرکز بر روی تصمیم گیری منطقی به منظور پشتیبانی از فرایند مدیریت دانش می باشد. (شکل ۱، شکل ۲، شکل ۳، شکل ۴، جدول ۱، جدول ۲)

۱. مقدمه

تمایل مردم به پذیرش تکنولوژی پیشرفته، مسیری را برای کسب و کارها ایجاد کرده است تا از تکنولوژی در جهت بهبود تبادل و پشتیبانی دانش برای رشد کلی کسب و کار استفاده کنند. در این مورد، هوش مصنوعی (AI) از اتوماسیون فرایندهای تجاری مخصوصا بازاریابی B2B (بازاریابی بنگاه به بنگاه یا شرکت به شرکت) پشتیبانی می کند. گردش داده های زمان واقعی (داده هایی که نتایج آن بلافاصله آماده می شود و در نتیجه اثرگذاری بر پردازش بعدی داده ها را ممکن می سازد) تاثیر زیادی بر روی بازاریابی B2B گذاشته و در زمینه کاربردی می تواند به جمع آوری و استفاده از داده های مربوط به مشخصات