



# بوم بازاریابی هوش مصنوعی

یک نقشه راه پنج مرحله‌ای برای اجرای هوش مصنوعی در بازاریابی

## نویسندگان:

راج ونکاتسان<sup>۱</sup> و جیم لچینسکی<sup>۲</sup>

## مترجمان:

نیما پیشوا

حسین عباسیان محمدی

علی نیک سرشت

با پیشگفتاری از دکتر احمد روستا،

عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی)

---

1 Rajkumar Venkatesan

2 Jim Iecinsky

## مشخصات کتاب

**سرشناسه:** ونکاتسان ، راج کومار

**عنوان و نام پدیدآور:** بوم بازاریابی هوش مصنوعی

(یک نقشه راه پنج مرحله ای برای اجرای هوش

مصنوعی در بازاریابی /

راج ونکاتسان ، جیم لچینسکی / مترجمان نیما پیشوا ،

حسین عباسیان محمدی ، علی نیک سرشت

**مشخصات نشر:** تهران : ادیبان روز ، ۱۴۰۰

**مشخصات ظاهری:** ۳۲۶ صفحه

**شابک:** ۷-۳۳-۷۵۹۲-۶۲۲-۹۷۸

**وضعیت فهرست نویسی:** فیبا

**موضوع:** The AI marketing canvas:

a five-stage road map to implementing artificial intelligence in marketing , ۲۰۲۱

**موضوع:** هوش مصنوعی -- کاربردهای بازاریابی

**رده بندی کنگره:** HF۵۴۱۵/۱۲۵

**رده بندی دیویی:** ۶۵۸/۸۰۰۲۸۵۶۳

**شماره کتابشناسی ملی:** ۸۵۳۵۰۱۰

## دست اندرکاران

**صفحه آرا:** گلنوش صلاحی

**طراح جلد:** رضا رضوانی

**شمارگان:** ۵۰۰۰ جلد

**قیمت:** ۱۱۰۰۰۰ تومان

**تاریخ انتشار:** ۱۴۰۰

**نوبت چاپ:** اول

**چاپ و صحافی:** سرمدی

## انتشارات ادیبان روز

ناشر تخصصی کتاب های مدیریت،  
بازاریابی، کسب و کار و تبلیغات



کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز می باشد و هر گونه استفاده از این کتاب (کپی، تکثیر، استفاده در کارگاه های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین،

ساختمان ۲۸۶، طبقه اول، واحد ۵،

تلفن ۱۵-۶۶۹۵۶۸۱۲

# تعریف و تمجید از کتاب بوم بازاریابی هوش مصنوعی



«بازاریابی راهبردی موجب رشد می‌شود. رشد فقط زمانی حاصل می‌شود که تجربه‌ها بر اساس داده‌های مشتریان ارائه شود. در حال حاضر بازاریاب‌ها باید با به کار گرفتن قدرت هوش مصنوعی و داده‌ها تجربه‌های مشتری محور را در مقیاس بزرگ ارائه دهند. در این کتاب، دانش بنیادی، چارچوب و الهاماتی که برای انجام این کار نیاز دارید ارائه شده است.»

- کریستینا بوتیس<sup>۱</sup>، مدیر ارشد بازاریابی، کایوت لجستیک<sup>۲</sup>

«همه بازاریاب‌ها تصور می‌کنند باید در فعالیت‌های خود از هوش مصنوعی استفاده کنند اما دلیل آن را نمی‌دانند. بوم بازاریابی هوش مصنوعی دلیل استفاده از این توانمندی رویه رشد را به خوبی نشان می‌دهد و برنامه‌های عملی را ارائه می‌دهد که بازاریاب‌ها با اجرای آن‌ها می‌توانند هوش مصنوعی را به کارگیرند و برند خود را از بقیه متمایز کنند. بازاریاب‌هایی که می‌خواهند در کسب و کار خود تحولی اساسی ایجاد کنند حتماً باید این کتاب را مطالعه کنند.»

-آندریا بریمر<sup>۳</sup>، مدیر ارشد بازاریابی، متحد مالی<sup>۱</sup>

---

1 Christina Bottis

2 Coyote Logistics

3 Andrea Brimmer

«برخی از شرکت‌ها و برندها سعی می‌کنند با اجرای رویکرد مشتری مداری رشد ایجاد کنند. هوش مصنوعی در اجرای این رویکرد تأثیر بسزایی دارد. رهبران کسب‌وکارها برای اینکه تأثیر هوش مصنوعی را بر فعالیت‌های این شرکت‌ها درک کنند، باید این کتاب را مطالعه کنند. آن‌ها با خواندن این کتاب راهنمای هوشمند، آموزشی و عملی که در آن ابزارهای زیادی معرفی شده است، می‌توانند بهترین شیوه‌ها را یاد بگیرند و آن‌ها را در عمل اجرا کنند.»

- اسکات دیویس<sup>۲</sup>، مدیر ارشد رشد، پیامبر<sup>۳</sup>

«نویسندگان این کتاب این مطلب را بیان می‌کنند که بازاریابی مبتنی بر هوش مصنوعی از اهمیت بسیار زیادی در کسب‌وکار برخوردار است. آن‌ها همچنین بازاریاب‌ها را تشویق می‌کنند و به صورت عملی به آن‌ها نشان می‌دهند که در کسب‌وکار خود از هوش مصنوعی استفاده کنند. این کتاب بازاریاب‌ها را برای شرایط و احتمالات بازاریابی با کمک هوش مصنوعی آماده می‌کند و به آن‌ها انگیزه می‌دهد تا در آن وارد شوند.»

- کلی ژیلز<sup>۴</sup>، مدیر ارشد بازاریابی، نردوال<sup>۵</sup>

«در هر مرحله‌ای از تکامل بازاریابی و سفر مشتری دیجیتال قرار دارید، باید یاد بگیرید که چگونه می‌توانید با استفاده از هوش مصنوعی بر لحظات ارتباط با مشتری تأثیر بگذارید و ارزش بیشتری به مشتری ارائه دهید. این کتاب بسیار کاربردی و قابل فهم است و در آن راهنمای گام‌به‌گامی ارائه شده است که با استفاده از آن می‌توانید با مطرح کردن سؤالات صحیح و مناسب شرایط را ارزیابی کنید، مبنایی ایجاد کنید و وارد مرحله اجرا شوید.»

---

1 Ally Financial

2 Scott Davis

3 Prophet

4 Kelly Gillease

5 NerdWallet

یک نقشه راه تهیه کنید، موفقیت هایتان را ثبت کنید و با نشان دادن آن‌ها سرمایه و حمایت‌هایی را که نیاز دارید، به دست آورید.»

- برت گروم<sup>۱</sup>، مدیر ارشد بازاریابی، فیزیوتراپی ای‌تی‌آی<sup>۲</sup>

«طی ده سال آینده، فناوری‌های هوش مصنوعی و یادگیری ماشین تغییراتی را در بازاریابی ایجاد می‌کنند. این تغییرات بسیار عمیق‌تر از تغییراتی است که انقلاب‌های قبلی فناوری در بازاریابی ایجاد کرده بودند. شناخت این تغییرات کمکی به رهبران بازاریابی نمی‌کند. آن‌ها باید وارد عمل شوند. این کتاب یک نقشه راه عملی ارائه می‌دهد که بازاریاب‌ها با کمک آن می‌توانند کار خود را شروع کنند و هنگامی که با تغییرات مخرب روبه‌رو می‌شوند، مزیت‌های پایدار ایجاد کنند.»

- مات لوسون<sup>۳</sup>، مدیر ارشد بازاریابی، میدان جانپیر<sup>۴</sup>

«راج و جیم با انجام تحقیقاتی در دنیای واقعی شواهدی را ارائه می‌کنند که به وضوح نشان می‌دهد اجرای موفقیت‌آمیز هوش مصنوعی و یادگیری ماشین منجر به سناریوهایی می‌شود که در آن‌ها فقط یک برنده وجود دارد. خواندن این کتاب از این جهت حائز اهمیت است که به شما اطمینان می‌دهد در مسیر درست قرار دارید. خواه در ابتدای مسیر باشید و خواه قسمتی از مسیری را طی کرده باشید، چارچوب و برنامه‌های عملی که در این کتاب ارائه شده است به شما کمک می‌کند سریع‌تر رشد کنید.»

- جو مگلیو<sup>۵</sup>، مدیرعامل شرکت، مک‌کینی و شرکت<sup>۶</sup>

---

1 Brett Groom

2 ATI Physical Therapy

3 Matt Lawson

4 Juniper Square

5 Joe Maglio

6 McKinney and Co.

«بوم بازاریابی هوش مصنوعی راهنمایی عملی، الهام بخش و دارای پایه و اساس است که با استفاده از آن می‌توانید هوش مصنوعی را به عنوان ابزاری اساسی به کارگیرید و با کمک آن روابط صحیح و قابل اعتماد بیشتری را با مشتریان برقرار کنید و تأثیر بازاریابی را افزایش دهید. در این کتاب دسته‌بندی‌های متعدد و مطالعات موردی مفیدی ارائه شده است که بازاریاب‌ها با مطالعه آن می‌توانند در زمان حال به موفقیت دست یابند و برآینده تسلط پیدا کنند.»

- بروک اسکینر ریکتز<sup>۱</sup>، مدیر ارشد اجرایی، کارز. کام<sup>۲</sup>

«مطالعه این کتاب برای بازاریابی در زمان حال و تصمیم‌گیری در مورد کسب و کار ضروری است. بازاریاب‌ها با مطالعه این کتاب می‌توانند اهداف سازمان خود را پیش ببرند. همچنین آن‌ها می‌توانند از این کتاب به عنوان عاملی برای تغییر در سازمان خود استفاده کنند.»

- لیندسی ساران<sup>۳</sup>، مدیر ارشد بازاریابی، گوگل

«بازاریاب‌ها با استفاده از هوش مصنوعی و یادگیری ماشین می‌توانند روابط خود را با مشتریان دوباره تعریف کنند. با این حال، بیشتر آن‌ها آمادگی انجام این کار را ندارند. اکنون زمان آن است که به استقبال آینده برویم. بوم بازاریابی هوش مصنوعی ما را راهنمایی می‌کند. این کتاب ایده‌هایی را به شما الهام می‌کند و به شما کمک می‌کند ایده‌هایی را پرورش دهید و نقشه راه عالی را به شما ارائه می‌دهد که با استفاده از آن می‌توانید با همراهی تیم و شرکتتان، سفر خود را آغاز کنید.»

- کسیدی شیلد<sup>۴</sup>، معاون بخش بازاریابی، علوم روایی<sup>۵</sup>

---

1 Brooke Skinner Ricketts

2 Cars.com

3 Lindsay Saran

4 Cassidy Shield

5 Narrative Science

«این کتاب چالش‌ها و فرصت‌هایی را که امروزه پیش روی مدیران بازاریابی قرار دارد، بیان می‌کند. راج و نکاتسان و جیم لچینسکی نقشه راه کاملی را به شما ارائه می‌دهند که اضطراب شما را کاهش می‌دهد و در آن مثال‌های ملموسی آورده شده است که به شما نشان می‌دهد چگونه می‌توانید هوش مصنوعی و یادگیری ماشین را در راهبرد کسب و کار یک سازمان بازاریابی ادغام کنید.»

– جیم استدلر<sup>۱</sup>، مدیر ارشد بازاریابی و ارتباطات، اولین بانکورپ خاورمیانه<sup>۲</sup>

«بازاریاب‌ها به طور عمده از قدرت هوش مصنوعی و یادگیری ماشین استفاده می‌کنند تا مشتریان را به طور عمیق شناسایی کنند، تجربه‌های آن‌ها را شخصی‌سازی کنند و با آن‌ها تعامل برقرار کنند. ونکاتسان و لچینسکی بیان کردند هوش مصنوعی هم برای اجرای رویکرد مشتری‌مداری و ایجاد رشد بادوام اهمیت زیادی دارد و هم برای بقای کسب و کار ضروری است. این کتاب راهنمایی ضروری برای بازاریاب‌های مدرن امروزی است که در آن بینش‌ها و مثال‌های زیادی ارائه شده است.»

– جون سوارز دیویس (جی‌اس‌دی)<sup>۳</sup>، معاون ارشد، راهبرد و نوآوری بازاریابی، شرکت فروشنده<sup>۴</sup>

«این کتاب نقشه راه‌های عملی را ارائه می‌دهد که نشان می‌دهند چگونه می‌توان هوش مصنوعی را درک کرد و از آن در کسب و کار و بازاریابی استفاده کرد. رهبران کسب و کار برای اینکه بتوانند به مزیت رقابتی دست یابند، باید این کتاب را مطالعه کنند.»

– ریشاد توباکوالا<sup>۵</sup>، نویسنده کتاب «بازگرداندن روح کسب و کار: انسان ماندن در عصر داده»، مدیر ارشد راهبرد سابق شرکت پولیسیزگروپ<sup>۶</sup>

---

1 First Midwest Bancorp

2 First Midwest Bancorp

3 Jon Suarez-Davis (jsd)

4 Salesforce

5 Rishad Tobaccowala

6 Publicis Groupe

«ارائه تجربه‌ای عالی از وفاداری مشتری به این معنا است که لحظات ارتباط با مشتری در سرتاسر تجربه مشتری شخصی سازی شود. ایجاد و حفظ وفاداری مشتری دشوار است. ونکاتسان ولچینسکی طرح و برنامه کار هوش مصنوعی را به ما ارائه می دهند. این طرح نشان می دهد که هوش مصنوعی چگونه سازمان ها را به نیروگاه‌هایی مشتری محور تبدیل می کند.»

- کریس ویمن<sup>۱</sup>، ارتقا و وفاداری ارزش پیشنهادی کارمند<sup>۲</sup>، مرکل<sup>۳</sup>



---

1 Chris Wayman

2 Employee Value Proposition (EVP)

3 Merkle

این کتاب برای بازاریاب‌های حرفه‌ای و دانشجویانی نوشته شده است که آرزو دارند در آینده بازاریاب شوند و هر روز و بی‌وقفه تلاش می‌کنند رشد فزاینده سودآور ایجاد کنند و ارزش ویژه برند را در بلندمدت افزایش دهند و جهان را به سمت خوبی‌ها سوق دهند و تقلا می‌کنند تا در جهانی که در آن بازاریابی، مشتریان و فناوری به سرعت تغییر می‌کنند، به این اهداف دست یابند.

مشکل این است که شما تصور می‌کنید برای شروع کار زمان دارید.

- جک کورنفیلد، کتاب راهنمای کوچک بودا

# پیشگفتار

## دکتر احمد روستا

آگاهی از فناوری های نوین اگرچه برای همه، بویژه فعالان اقتصادی بسیار مهم است اما چگونگی استفاده درست از آنها یک ضرورت برای تداوم حضور در صحنه رقابت و رشد و توسعه پایدار و تاثیرگذار است.

توجه جدی به روندها و ایده ها و پدیده های نوین و به کارگیری هوشمندانه و چابک آنها یکی از عوامل نقش آفرین برای خلق، تقویت و حفظ مزیت رقابتی و پیشگامی و پیشتازی در جلب، جذب و حفظ مشتریان و تقویت جایگاه در بازار است.

یکی از موضوعات جذاب و ارزش آفرین که چندسالی است بسیار بیشتر مورد توجه قرار گرفته است، هوش مصنوعی و آثار آن در انواع حوزه ها و امور زندگی و کسب و کارها و دادوستدهاست. توصیف و معرفی هوش مصنوعی همراه با گامها، راهکارها، روشها و مدل‌های مناسب برای آینده مطلوبتر، مورد علاقه انسانها و سازمانهای پویا و نوگراست. چرا که این امر به آنها کمک میکند تا هرچه سریعتر خود را با انواع تحولات و واقعیت ها سازگار کنند و رقابت پذیری خود را تقویت نمایند.

رقابت آینده نیازمند مدیران، بازاریابان، کاسبکاران و کسانی است که بتوانند "روزآمد، کارآمد و سرآمد" باشند و هوش مصنوعی چنانچه به درستی و خوبی مورد استفاده قرار بگیرد، نقش مهم و اساسی در تحقق این سه گانه دارد.

کتاب بوم بازاریابی هوش مصنوعی نوشته راج ونکاتسان و جیم لچینسکی و کاری از انتشارات دانشگاه استنفورد که توسط آقایان نیما پیشوا، حسین عباسیان محمدی و علی نیک سرشت به خوبی ترجمه شده است، کتابی مفید، ارزشمند و تاثیرگذار در حوزه بازاریابی نوین و نوگراست که امیدوارم مورد توجه و استقبال قرار گیرد.

این کتاب یکی از کتابها و منابع جدید و جالب توجه برای نوآفرینی و ارزش آفرینی است که یک نقشه راه پنج مرحله ای برای اجرای هوش مصنوعی در بازاریابی ارائه میدهد و میتواند تحولات چشمگیری را بوجود آورد.

دقت در مضامین و مطالعه این کتاب و استفاده از خلاقیت های فردی و سازمانی باعث فرصت آفرینی های ارزشمند خواهد شد.

این کتاب، راهنمای مناسبی برای کسانی است که علاوه بر آگاهی، همواره آمادگی مناسب برای فناوریهای نوین دارند و هیچگاه خود را در گذشته و با گذشته محدود و محبوس نمیکنند و تشنه پیروزی و بهروزی در امور گوناگون زندگی هستند.

هرگونه ایده، پیشنهاد، و انتقاد مطالعه کنندگان این کتاب نقش سازنده ای در انتخاب و ارائه کتابهای مورد نیاز جامعه توسط مترجمین خواهد داشت.

در انتها مطالعه این کتاب را برای همه مدیران، پژوهشگران، دانشگاهیان و بویژه فعالان اقتصادی پیشنهاد میکنم.

دکتر احمد روستا

عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی

سال ۱۴۰۰

## مقدمه مترجمان

زندگی، سبزترین آیه، در اندیشه برگ  
زندگی، خاطر دریایی یک قطره، در آرامش رود  
زندگی، حس شکوفایی یک مزرعه، در باور بذر  
زندگی، باور دریاست در اندیشه ماهی، در تنگ  
زندگی، ترجمه روشن خاک است، در آئینه عشق  
زندگی، فهم نفهمیدن هاست  
زندگی، پنجره ای باز، به دنیای وجود  
تا که این پنجره باز است، جهانی با ماست  
آسمان، نور، خدا، عشق، سعادت با ماست  
فرصت بازی این پنجره را دریابیم

### سهراب سپهری

امروزه صحبت از انقلاب صنعتی پنجم یعنی شخصی سازی و روابط فرد به فرد میشود و از طرفی در دورانی زندگی می‌کنیم که تولید و بازنشر علوم مختلف با سرعتی روزافزون در حال افزایش است. از حوزه‌هایی که در رسیدن به اهداف انقلاب صنعتی پنجم بسیار کمک نموده و تأثیرگذار می‌باشد و خود نیز انقلاب صنعتی عصر چهارم نام گرفته است، هوش مصنوعی است. امروزه هوش مصنوعی به قدری محبوب شده است که همه درباره آن صحبت می‌کنند، اما موضوعات اغلب در حد سخن و تئوری رها می‌شوند و کسی دقیقاً نمی‌داند که آن چیست و یا

قادر به انجام چه امور و وظایفی است؟ هوش مصنوعی شاخه‌ای از علم نیست، بلکه حوزه‌ای است که علوم و شاخه‌های علمی مختلفی را در برمی‌گیرد. در واقع می‌توان این‌گونه بیان داشت که هوش مصنوعی بر تمامی علوم چیرگی پیدا کرده است و دیریا زود آن‌ها را به‌طور کلی متحول خواهد کرد. سؤالی که اینجا مطرح است، این است که چه زمانی و با چه عمقی تأثیر این تسلط بر هر یک از شاخه‌های مشخص علم نمایانگر و آن اثرات عمومی و جهانی می‌شود؟ با وجود هوش مصنوعی و خصوصاً با ظهور هوش مصنوعی جامع<sup>۱</sup> در آینده‌ای نه‌چندان دور و در پی آن هوش مصنوعی ابرهوشمند<sup>۲</sup>، به این سخن از آقای اینشتین خواهیم رسید که می‌گفت: «روزی فرا می‌رسد که تحولات و دگرگونی‌های علمی، روزانه و حتی شاید هر یک ساعت یکبار امکان‌پذیر شوند.»

هوش مصنوعی دستاوردهای زیادی داشته است و خواهد داشت. به‌طور نمونه، هم‌اکنون این امکان برای پزشکان فراهم آمده است که با هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و قدرتی که پردازش تصویر و شبکه‌های عصبی برای آن‌ها فراهم آورده است، به بررسی و تشخیص انواع مختلفی از حالات بیماران خود پردازند و بتوانند با هزینه کمتر، دقت بالاتر و با سرعت بیشتر اقدامات لازم را جهت کنترل یا درمان آن بیمار به عمل آورند. به‌عنوان مثال، در هند سالانه افراد زیادی به دلیل ماندن در صف‌های طولانی مدت نوبت معاینه چشم پزشکی، از طریق آب‌مروارید بینایی خود را از دست می‌دهند. اما با وجود این تحولات و افزایش سرعت و دقت، این آمار به‌طور چشمگیری کاهش یافته و موجب شده است تا رنگ زندگی از چشمان افراد به تاریکی و خاموشی کشیده نشود. امروزه گوگل با استفاده از پلتفرم ابری<sup>۳</sup> خود قادر است تا با راهکارهایی که به انواع و اقسام گوناگونی از حوزه‌های

---

1. Artificial general intelligence (AGI)  
2. Superintelligence  
3. Google cloud platform

صنعت ارائه می‌دهد، استفاده و بهره‌گیری از این حوزه قدرتمند، یعنی هوش مصنوعی را راحت‌تر، سریع‌تر و باصرفه‌تر کند. به‌عنوان نمونه‌ای دیگر و این بار در حوزه انرژی، پلتفرم ذکرشده در شرکت‌های بزرگی که در زمینه توربین‌های بادی فعالیت می‌کنند، با استفاده از ابزار یادگیری و بینایی ماشین خود و ترکیب آن با حوزه رباتیک و پهپادهای امروزی، عمل عیب‌یابی پره‌ها و تجهیزات این توربین‌ها را تا حد بسیار قابل توجهی سریع‌تر، بادقت‌تر و کم‌هزینه‌تر کرده است.

از طرفی، علوم مدیریتی و کسب‌وکار نیز از این تغییر و تحول مستثنا نیستند. امروزه خیلی از فروشگاه‌های سنتی به بازاریابی دیجیتالی روی آورده‌اند و سعی می‌کنند علاوه بر حفظ مزیت رقابتی در بازار آنلاین، از ابزارها و امکانات پیشرفته‌ای که ترقیات تکنولوژیکی و افزایش هوشمندی در اختیار حوزه کسب‌وکار و مدیریت قرار داده است، بهره ببرند.

اقداماتی که بازاریابان باید در راستای اجرای هوش مصنوعی انجام دهند، متعدد و مختلف است، اما اصلی‌ترین چیزی که باید درک کرد، این است که بایستی برنامه‌ای مدون داشت و بدانیم شرکت ما سه تا پنج سال آینده به چه صورت خواهد بود. ما باید ریسک محاسبه‌شده‌ای را در حوزه‌هایی که اهمیت بیشتری دارند، اتخاذ کنیم؛ زیرا آنچه امروز مهم است ممکن است فردا دیگر مهم نباشد.

زمانی فرا خواهد رسید که شرکت و سازمان شما بدون استفاده از هوش مصنوعی دیگر قادر به بقا و رقابت نخواهد بود! آن زمان نزدیک است! کتاب حاضر در ۵ مرحله کاملاً عملی و کاربردی طریقه تبدیل سازمان را از یک رویکرد و فرایند کاملاً سنتی به سازمانی مبتنی بر هوش مصنوعی آموزش می‌دهد.

**اگر همین حالا برای این تغییر و تحول اقدام کنید نیز دیر است!**

به‌طورکلی با توجه به مجموعه نکات ذکرشده، برآن شدیم تا این کتاب ارزشمند، پرفروش و محبوب در سایت آمازون را پس از خرید ترجمه کنیم و در اختیار دوستداران علم و مخصوصاً حوزه مدیریت و هوش مصنوعی قرار دهیم. نکات بسیار زیادی برای بیان کردن

وجود دارد، اما مجال گفتن آن‌ها بیش از این در مقدمه نیست و ما شما خوانندگان عزیز را به خواندن کتاب حاضر تشویق می‌کنم. سعی و هدف ما در ترجمه این کتاب، این بود که با نگاهی دقیق‌تر مبحث هوش مصنوعی در مدیریت و کسب و کار را برای مخاطبان و مطالعه‌کنندگان گرامی فراهم آوریم. امیدواریم کتاب حاضر بتواند به سهم خود در ارتقای دانش حوزه هوش مصنوعی در میان مدیران، دانشجویان، فعالان عرصه بازاریابی و به‌طور کلی علاقه‌مندان مفید و مؤثر واقع شود.

ضمناً از آنجاکه مرجع اصلی ارزیابی هراثر، مخاطبان آن هستند، از خوانندگان عزیز تقاضا داریم نظرات و سؤالات خود را در مورد کتاب از طریق نشانی‌های ایمیلی که در ذیل آورده شده‌اند، با ما در میان بگذارند.

امید است که همگی ما ذره‌ذره ظلمات وجود خود را به روشنایی تبدیل کنیم.

نشانی‌های ایمیلی:

۱- نیما پیشوا

مدرس و مشاور حوزه مدیریت بازاریابی، هوش مصنوعی و آموزش

[n.pishva@mail.sbu.ac.ir](mailto:n.pishva@mail.sbu.ac.ir)

۲- حسین عباسیان محمدی

محقق، مشاور و مدرس حوزه مهندسی برق (مخابرات) و هوش مصنوعی

[h.abbasian.m@aut.ac.ir](mailto:h.abbasian.m@aut.ac.ir)

۳- علی نیک‌سرشت

محقق، مشاور و مدرس حوزه مهندسی برق، کامپیوتر (هوش مصنوعی و علم

داده) و مدیریت

[AL.Nikseresht@mail.sbu.ac.ir](mailto:AL.Nikseresht@mail.sbu.ac.ir)

فهرست

صفحات	عنوان
۲۳	بخش اول: چالش‌ها و راه‌حل‌ها
۲۵	فصل اول: چالش‌های فعلی بازاریابان
۳۵	فصل دوم: بوم بازاریابی هوش مصنوعی
۴۷	فصل سوم: پیمایشی در این کتاب
۵۵	بخش دوم: هوش مصنوعی و ملزومات بازاریابی
۵۷	فصل چهارم: شبکه‌ها و گره‌ها
۸۹	فصل پنجم: مدل ذهنی لحظات ارتباط با مشتری
۱۱۳	فصل ششم: هوش مصنوعی و یادگیری ماشین چیست؟
۱۴۵	بخش سوم: بوم بازاریابی هوش مصنوعی
۱۴۷	فصل هفتم: عناصر بوم بازاریابی هوش مصنوعی
۱۵۷	فصل هشتم: مرحله ۱: پی‌ریزی
۱۸۳	فصل نهم: مرحله ۲: آزمایش
۲۰۱	فصل دهم: مرحله ۳: گسترش
۲۲۵	فصل یازدهم: مرحله ۴: تغییر
۲۴۳	فصل دوازدهم: مرحله ۵: درآمدزایی
۲۵۷	فصل سیزدهم: قرار دادن همه چیز کنار هم

۲۷۳	بخش چهارم: اجرا
۲۷۵	فصل چهاردهم: مدیریت تغییر
۲۹۵	فصل پانزدهم: شروع به کار
۳۰۹	فصل شانزدهم: ۱۶ فراخوانی برای اقدام
۳۱۹	درباره نویسندگان