

Les médias sociaux sont un terrain de jeu primordial pour les entreprises qui souhaitent créer un engagement significatif, mais cela signifie également qu'ils sont fortement saturés. Toutefois, la simple décision d'utiliser des outils de marketing intelligents stratégiques et intelligents peut vous permettre de tirer parti du marketing par les médias sociaux pour refléter vos objectifs commerciaux.

Certes, les mots «intelligence artificielle» peuvent effrayer certaines personnes, mais parfois, ils ont pour effet d'exciter les entreprises avant-gardistes. L'intelligence artificielle est capable de rendre les campagnes marketing plus intelligentes, plus rentables et capables d'atteindre un ciblage de haute précision.

L'intelligence artificielle est particulièrement utile lorsque vous considérez la quantité d'informations que vous devez traiter pour être compétitif. Même les équipes les plus expérimentées d'analystes de données et de chercheurs en marketing peuvent se sentir déçus. Grâce à l'intelligence artificielle et à la technologie d'apprentissage en profondeur, vous pouvez exploiter cette montagne d'informations à votre avantage.

Et cela s'applique non seulement aux médias sociaux, mais également à tous les aspects du marketing reposant sur des données.

Des campagnes personnalisées par le biais d'histoires à raconter, de vidéos ciblées et de blogs influents sont essentielles à des campagnes efficaces sur les réseaux sociaux. En plus de passer au crible les informations, l'intelligence artificielle peut constituer l'étape suivante, qui consiste à générer des informations clés sur les personnes pour les campagnes personnalisées.

Vous pouvez maintenant utiliser la technologie d'intelligence artificielle pour établir le profil de vos clients potentiels. En analysant leur comportement sur les réseaux sociaux et les plateformes numériques, l'intelligence artificielle peut déterminer leurs habitudes et ce qui les motive à dépenser de l'argent. Ces types d'analyses sont essentiels dans les campagnes personnalisées.

Dans une étude, le recours aux buyer persona peut permettre de générer une augmentation de 171% de leurs revenus marketing. Grâce à la facilité d'obtenir des informations personnelles, vous pouvez consacrer plus de temps à la conception des campagnes

appropriées et à la définition des attentes des différentes campagnes.

L'analyse intelligente des données de SEO, par exemple, en couplant l' [historisation des contacts digitaux intégrées dans Hubspot](#) , avec l'analyse des conversions SEO de [l'outil de big data, Catalisio](#) et du système de [scoring intelligent Einstein de Salesforce](#) peut-être au site d'un [simple expert-comptable de Paris](#) comme LEC, d'optimiser ses stratégies croisées de diffusion de contenu sur les réseaux sociaux, de contenus SEO, de conversion et de lead nurturing.

L'IA peut-il générer davantage d'engagement dans les médias sociaux ?

Vous le savez déjà: de meilleures histoires génèrent plus de clics et plus de contenu ciblé augmente le trafic sur le site Web. La capacité d'obtenir des informations personnelles clés n'est qu'un des avantages de l'intelligence artificielle dans le marketing des médias sociaux.

Outre l'amélioration de la qualité de l'engagement, l'intelligence artificielle peut également augmenter le nombre d'interactions.

KLM Royal Dutch Airlines est l'une des sociétés pionnières qui a franchit une nouvelle étape dans le marketing des médias sociaux. La société utilise un hybride «Human + AI» pour converser avec ses clients.

Comme le montre le succès de certaines entreprises concurrentes, l'intelligence artificielle peut générer les réponses aux questions les plus courantes, le tout sans intervention humaine. AI peut hiérarchiser les requêtes et y répondre également. Cette réponse rapide laisse les clients plus heureux et votre entreprise plus légère d'un point de vue logistique.

Sans la charge d'une file d'attente de requêtes encrassée, vous pouvez répartir vos ressources de manière plus stratégique. Les entreprises concurrentes voient dans l'intelligence artificielle une occasion de générer des prospects comme jamais auparavant et de se concentrer sur le travail créatif.

Les entreprises pourraient être sur le point de supporter une énorme perte si elles ne sont pas

actives dans le marketing des médias sociaux avec les statistiques récentes montrant plus de 2,4 milliards d'utilisateurs actifs des médias sociaux, la probabilité que votre campagne n'aboutisse pas parce que l'intelligence artificielle n'a pas été combinée votre stratégie de marketing des médias sociaux.

L'intelligence artificielle peut vous aider à hiérarchiser les requêtes des clients, qu'il s'agisse de trolls ou d'utilisateurs réels, en automatisant les questions fréquemment posées ou en suivant des informations.