

Dirbtinio intelekto įtaka influencerių rinkodaroje: žinutės reikšmės poveikis vartotojų ketinimui pirkti

Dirbtinis intelektas (DI) tapo transformuojančia jėga, keičiančia tradicinius požiūrius įvairiose pramonės šakose, įskaitant influencerių rinkodarą (Looi ir Kahlor, 2024). Tyrimai rodo, kad 33 proc. įmonių dabar į savo veiklą įtraukia dirbtinį intelektą, ypač siekdamos perteikti prekių ženklų žinutes vartotojams per influencerius. Be to, dirbtinis intelektas gerokai sumažino įtakingųjų rinkodaros išlaidas - iki 30 %, palyginti su tradiciniais metodais. Naujausiuose tyrimuose pabrėžiamas perėjimas nuo žmogiškųjų influencerių prie virtualiųjų influencerių: 81 % Z kartos atstovų aktyviai seka influencerius socialinėje žiniasklaidoje, taip pabrėžiant didėjančią šio rinkodaros metodo svarbą.

Gerai parengta ir tikslingai nukreipta žinutė yra labai svarbi darant įtaką vartotojų elgsenai. Tyrimai rodo, kad glaustos, konkrečiai auditorijai skirtos žinutės emociškai įtraukia vartotojus ir atitinka jų poreikius (Kim et al., 2021). Dirbtinio intelekto priemonės padeda rinkodaros specialistams nustatyti šiuos poreikius, todėl galima kurti personalizuotus pranešimus, kurie veiksmingai skatina pirkimo sprendimus. Kai vartotojai suvokia, kad turinys atitinka konkrečius jų reikalavimus ir apima įtikinamus elementus, jie yra labiau linkę veikti, o tai rodo, kad šiuolaikinėse influencerių rinkodaros strategijose itin svarbus individualiai pritaikytos komunikacijos vaidmuo (Albayrak ir Ceylan, 2021). Tačiau šiems klausimams spėsti nėra pakankamai mokslinių tyrimų, susijusių su vartotojų elgsena (reakcija)

Artificial Intelligence in Influencer Marketing: Analyzing the Power of Message on Intention to Purchase

Artificial Intelligence (AI) has become a transformative force, revolutionizing traditional approaches in various industries, including influencer marketing (Looi & Kahlor, 2024). Studies indicate that 33% of businesses now incorporate AI into their operations, particularly to convey messages from brands to consumers through influencers. AI has also significantly reduced costs in influencer marketing by up to 30% compared to traditional methods. Recent research highlights a shift from human influencers to virtual influencers, with 81% of Gen Z actively following influencers on social media, emphasizing the growing importance of this marketing approach.

A well-crafted and targeted message is pivotal in influencing consumer behavior. Research shows that concise, audience-specific messaging engages customers emotionally and aligns with their needs and preferences (Kim et al., 2021). AI tools assist marketers in identifying these needs, enabling the creation of personalized messages that effectively drive purchasing decisions. When consumers perceive that the content addresses their specific requirements and includes persuasive elements, they are more likely to act, demonstrating the critical role of tailored communication in modern influencer marketing strategies (Albayrak & Ceylan, 2021). It's the gap in scientific researches.

AI serves as a pivotal element in influencer marketing, offering unparalleled advantages in identifying consumer patterns and behaviors. It aids in the formulation of effective strategies and the execution of targeted actions, ensuring that marketing efforts are both efficient and impactful. Furthermore, delivering powerful, personalized messages significantly enhances purchasing intentions, as these

messages resonate deeply with customers by aligning with their specific needs and preferences. This synergy between AI-driven insights and strategic messaging underscores the transformative potential of AI in modern marketing.