

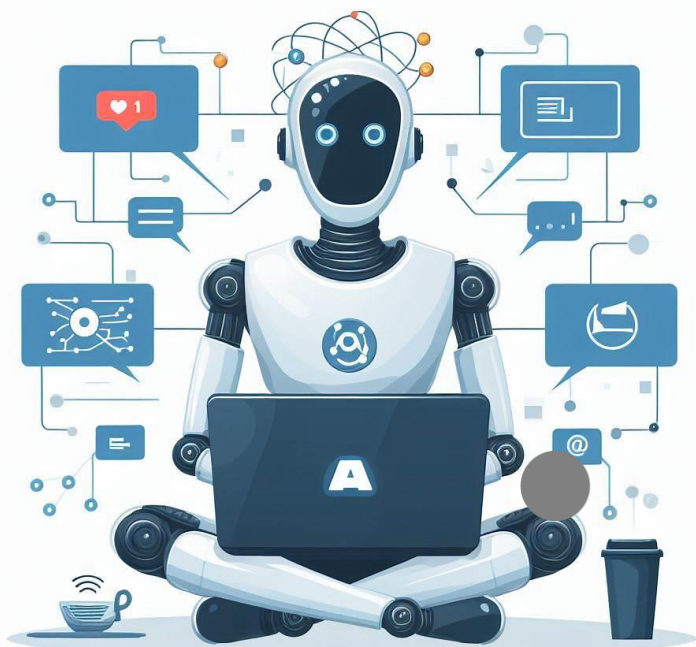
Wg raportu Mordor Intelligence, przewiduje się, że do 2026 r. marketing AI osiągnie wartość 3 714,89 mln dolarów.

Przy szerokiej skali korzystania z mediów społecznościowych (4,26 mld użytkowników w 2021 r.) istnieje pilna potrzeba zrozumienia zarówno korzyści, jak i zagrożeń.

Sm@rt Senior:

czyli

Jak ochronić się przed
pułapkami algorytmów w
dobie Marketingu AI?



Badania sugerują, że technologia, kiedy funkcjonuje na poziomie osobistym, tworzy silną więź z użytkownikiem, co otwiera **ogromny potencjał tworzenia wartości dla klientów** (Kumar i in., 2019, s. 137).

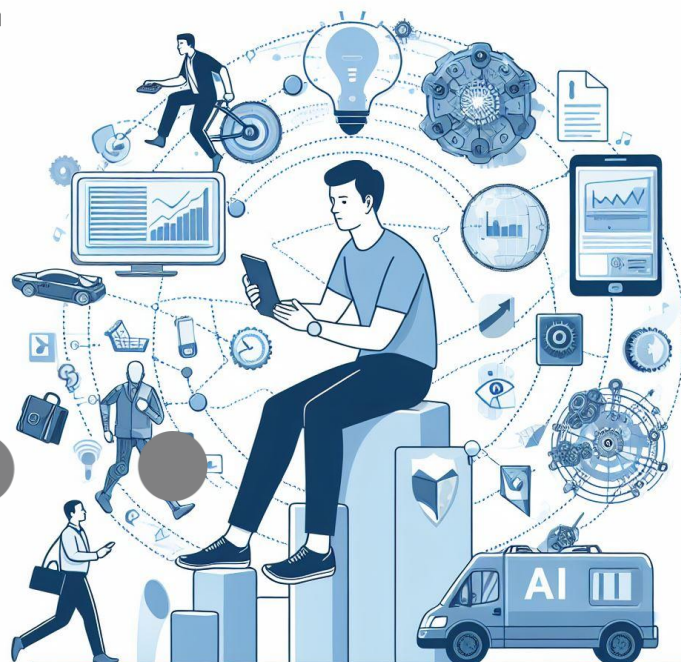
Media społecznościowe stały się nieodzowną częścią współczesnego życia. To, co zaczęło się jako proste platformy do łączenia się z przyjaciółmi i dzielenia się urywkami naszego życia, przybrało formę wielowymiarowych ekosystemów, pełniących rolę centrów informacyjnych, rozrywkowych, biznesowych i nie tylko.

Współczesny marketing stawia nowe cele: musi być jeszcze bardziej oparty na danych, zautomatyzowany i inteligentny. Media społecznościowe sięgnęły po bardziej zaawansowane techniki celem precyzyjnego dostosowania treści do odbiorcy, zaczynając kolejny rozdział w komunikacji między marką a klientem.

Marketing AI (pol. Marketing Zasilany Sztuczną Inteligencją) to zautomatyzowany proces wykorzystujący zaawansowane technologie uczenia maszynowego do przewidywania zachowań użytkowników w Internecie na podstawie ich profili.

Musimy być świadomi faktu, że to, co obecnie nam się wyświetla w Internecie, jest wynikiem **Algorytmu, który... uczy się o naszym życiu.**

Algorytm jest **programem komputerowym**, który poprzez obserwację aktywności w Internecie, dostosowuje treść, którą później widzimy na naszych profilach.



Najlepszą obroną przed manipulacją jest budowanie świadomości o zachodzących procesach na etapie tworzenia algorytmów.

Weźmy pod lupę mechanikę Facebooka...

Algorytmy Facebooka decydują, jakie treści pojawiają się w Twojej tablicy, analizując kluczowe sygnały rankingowe:

1. Znajomi i Strony, Które Obserwujesz:

- Treści od znajomych i stron, które obserwujesz, mają pierwszeństwo w wyświetlaniu.

2. Poziom Zaangażowania:

- Treści z wysokim zaangażowaniem (polubienia, udostępnienia, wyświetlenia) mają wyższy priorytet.

3. Rodzaj Treści:

- Algorytm dostarcza więcej treści w formatach, które najczęściej oglądasz.

4. Jakość Treści:

- Autentyczność, informacyjność i dokładność są kluczowe; fałszywe treści są ograniczane przez tzw. weryfikatorów.

Regularnie sprawdzaj ustawienia prywatności na platformach społecznościowych i dostosuj je do swoich preferencji.

Czasami przeglądanie treści bez zalogowania się na swoje konto może zmniejszyć wpływ personalizacji.



**Projekt jest realizowany
w Zakładzie Marketingu
Wydziału Organizacji i Zarządzania
Politechniki Łódzkiej**

Al. Politechniki 8

93-590 Łódź

Tel.: (+48 42) 631 36 81

<https://marketingodkuchni.pl>

www.facebook.com/marketingodkuchniPL