

## **Mencermati fenomena Artificial intelligence (AI) & machine learning (ML) serta perannya pada online advertising**



Saya rasa semua orang setuju bahwa model advertising konvensional tidak lagi cukup efektif. Terlebih dalam dunia digital marketing yang semuanya serbacanggih. Hampir seluruh kegiatan promosi dan pemasaran dibantu dengan tool.

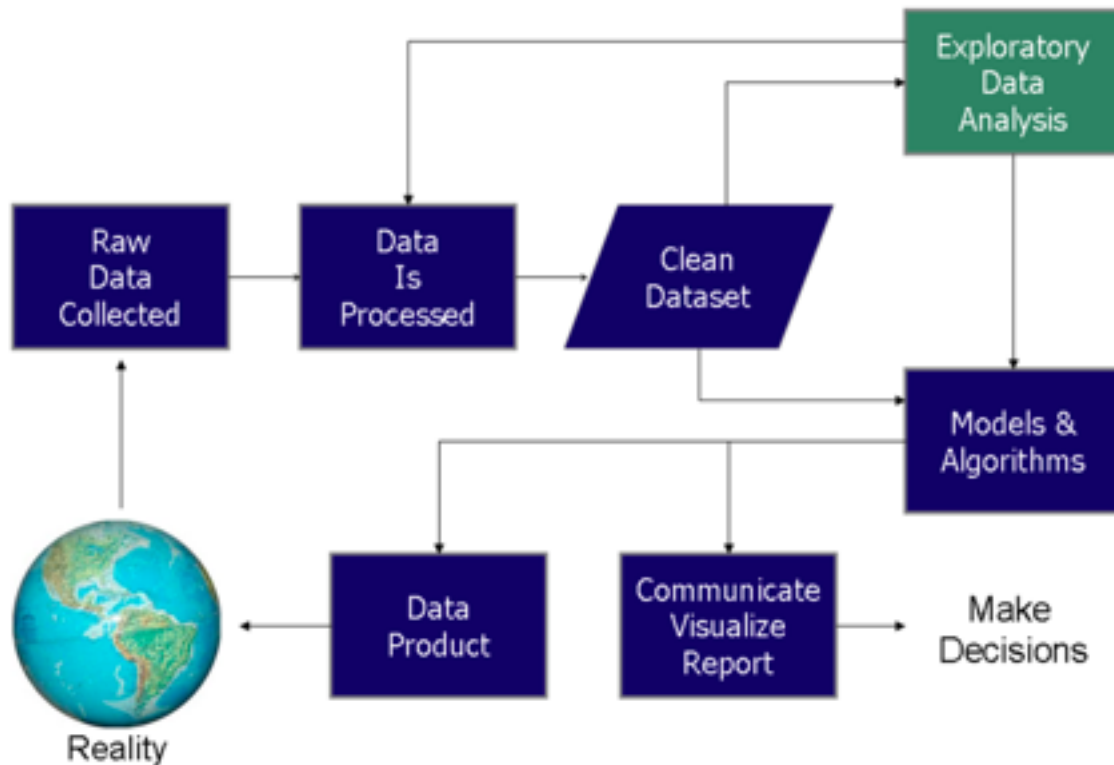
Yang terbaru adalah munculnya fenomena Artificial Intelligence (AI) dan Machine Learning (ML). Keduanya seolah menjadi teman baru dalam dunia online advertising. Ingin tahu lebih banyak tentang peran AI dan ML pada online advertising? Mari kita coba berkenalan dengan mereka.

### **AI menggunakan array data yang besar untuk mengidentifikasi pola pemasaran**

Saya pernah membahas mengenai kelemahan para marketer yaitu mengenai olah data. Terlalu banyak sumber data, paket analisis, serta software pemasaran yang sangat sulit diklasifikasi tanpa bantuan teknologi canggih. Otak manusia hampir mustahil untuk menangani masalah ini.

Jika bisa pun, akan memakan banyak waktu. Padahal, membuang waktu dalam dunia bisnis itu sama saja dengan “bunuh diri”.

## Data Science Process



Banyak perusahaan berupaya mengintegrasikan wawasan di semua tool dengan cara yang lebih efisien waktu dan biaya lebih rendah. Di sinilah peran AI sangat dibutuhkan.

Caranya dengan memanfaatkan analisis AI-powered. Gunanya untuk mengumpulkan output dari semua tool, platform, dan dataset untuk membantu menentukan pola baru yang dapat membantu menyusun strategi. Dengan kemampuan analitik AI, lebih mudah mengidentifikasi gagasan yang lebih terintegrasi dan relevan bagi konsumen. Sehingga, akan lebih mudah mengetahui teknik pemasaran terbaik, serta platform yang cocok untuk media campaign.

### **ML sangat berguna untuk membantu sistem berinteraksi dengan pelanggan**

Pada dasarnya, advertising adalah tentang bagaimana berinteraksi dengan konsumen. Beberapa tahun terakhir, peran ML sangat vital dalam masalah ini. Para digital marketer mulai beralih dari media konvensional kepada ML. Alasannya, selain menghemat waktu dan biaya, ML bisa “bekerja tepat”. Maksudnya, ML mampu memberikan konten yang tepat, kepada orang yang tepat, dan pada waktu yang tepat.

Implementasi ML yang paling populer saat ini adalah chatbots dan penelusuran suara. Keduanya sangat bermanfaat untuk membangun hubungan “nyata” dengan para konsumen.

Meskipun demikian, banyak perusahaan kini bergerak menuju level yang lebih tinggi. Microsoft adalah salah satu perusahaan yang menggunakan ML untuk mengembangkan pengalaman multi-indra meliputi indra visual, suara, sentuhan, hingga gerak.

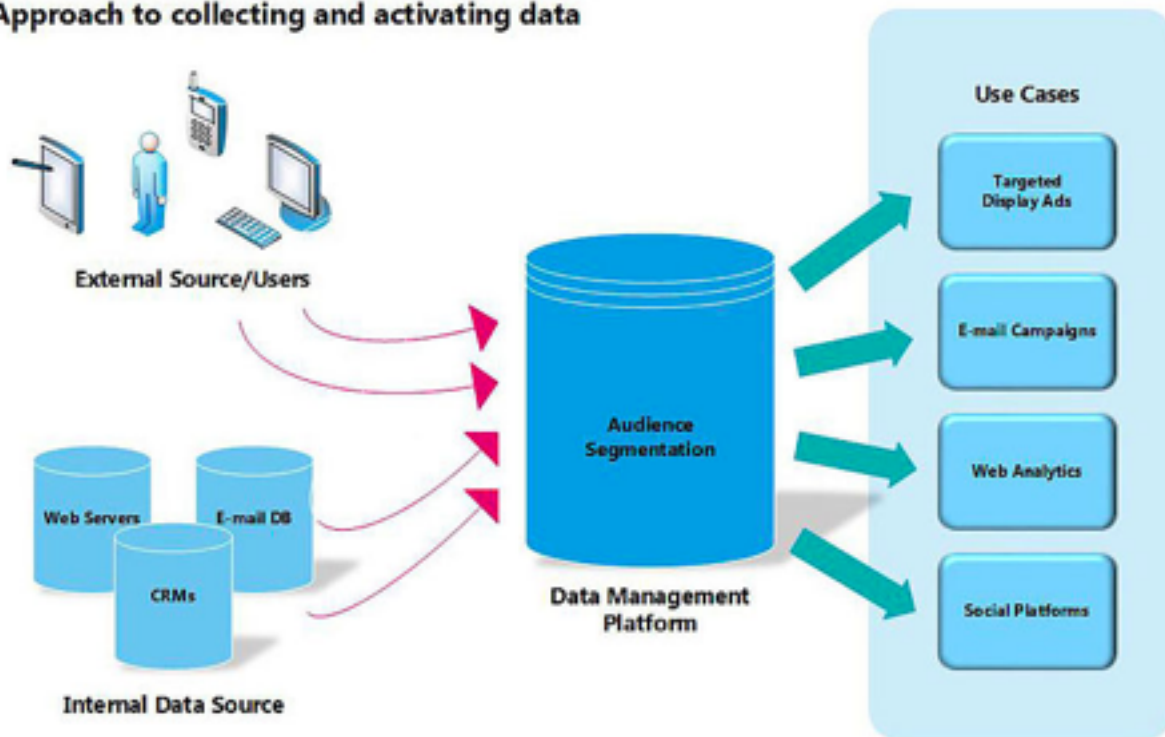
### **Pengalaman konsumen yang lebih personal dengan AI**

Kecerdasan AI itu menakjubkan. Tidak seperti manusia yang kadang lupa, AI mampu menyimpan setiap data yang terkumpul. Karena basis kinerja AI yang memang berpusat pada kumpulan data.

Dengan data yang ada, AI dapat dimanfaatkan sebagai alat personalisasi pemasaran untuk menciptakan pengalaman yang benar-benar pribadi bagi pelanggan. Tool ini dapat mengumpulkan informasi tentang konsumen dan menyesuaikan media pemasaran untuk menjangkau konsumen tersebut. AI mampu mempelajari lebih banyak data tentang individu, menawarkan mereka pengalaman berbelanja atau pemasaran yang lebih personal.

## Data Management Platforms

Approach to collecting and activating data



Kinerja AI bergantung pada sistem poin prediktif yang memantau segala kegiatan pelanggan di situs online Anda. AI kemudian “mengikuti” pelanggan selama perjalanan mereka, menawarkan konten yang unik dan sesuai dengan minat pelanggan. Hasilnya, pelanggan akan merasa sangat terbantu dengan rekomendasi yang diberikan oleh sistem.

Dengan demikian, konsumen akan cenderung kembali ke situs Anda jika mereka ingin berbelanja lagi lain kali.

Kesimpulannya, sangat penting untuk menerapkan AI ke dalam bisnis digital saat ini. Terutama bagi perusahaan yang ingin mengoptimalkan pemasarannya. Teknologi ini dapat membantu mem-filter sumber data yang besar, membuat segmentasi, dan menciptakan rekomendasi pemasaran berdasarkan informasi tersebut.

Plus, ML akan membuat kinerja AI menjadi lebih sempurna. Karena, dapat menciptakan pengalaman pemasaran lebih bertarget dan terpersonalisasi kepada konsumen. Dan, memastikan bahwa produk dan layanan yang tepat diiklankan kepada target yang tepat.

Source:

<https://towardsdatascience.com/where-ai-and-ml-in-marketing-is-headed-6b651f5f7eaa>

<https://www.google.co.id/>