SCP supplement

Copilot для социального продвижения

**Аннотация**

Social Promotion Copilot (SPC) предназначен для автономного взаимодействия с пользователями на социальных платформах, используя передовые методы обработки естественного языка и ориентированную на действия автоматизацию. В этой главе рассматривается его архитектурная основа, особое внимание уделяется интеграции теории разума для повышения способности SPC интерпретировать эмоции пользователя, предсказывать реакции и динамически адаптировать ответы. Моделируя ментальные состояния, SPC может различать различные намерения пользователя, такие как поиск поддержки, выражение недовольства или ведение дискуссий. Эта возможность обеспечивает более контекстно-зависимые и убедительные взаимодействия, делая SPC более эффективным инструментом как для социального взаимодействия, так и для маркетинговых стратегий.

Помимо когнитивного моделирования, в главе также рассматривается структура выполнения во время выполнения, подробно описывая, как SPC обрабатывает текстовые задачи в режиме реального времени. Система выбирает оптимальные действия на основе многомодальных входных данных, включая текстовый контекст, анализ настроений и шаблоны взаимодействия, специфичные для платформы. Благодаря структурированному конвейеру принятия решений SPC адаптирует свои стратегии публикации и реагирования для максимальной видимости и взаимодействия. Балансируя автоматизацию с адаптивным интеллектом, SPC трансформируется из простого инструмента продвижения контента в автономного социального агента, способного управлять долгосрочным взаимодействием и способствовать осмысленному цифровому взаимодействию, что подтверждается оценкой на сайтах социальных сетей.

# 1 Введение

В эпоху, когда цифровая трансформация меняет отрасли, социальные сети стали центральной платформой для общения, влияния и продвижения. Быстрый рост социальных платформ создал новые возможности для брендов, предприятий и влиятельных лиц для взаимодействия со своей аудиторией и стимулирования роста. По мере роста потребности в персонализированных, эффективных и масштабируемых стратегиях инструменты ИИ стали решающими для оптимизации усилий по социальному продвижению (Акилханов 2024). Один из таких инструментов, Copilot для социального продвижения, использует передовые технологии ИИ для помощи в создании, управлении и оценке социальных кампаний.

В этой главе рассматривается применение технологии Copilot в социальном продвижении с упором на ее способность автоматизировать генерацию контента, таргетинг аудитории и оптимизацию кампании. В статье рассматривается, как управляемые ИИ вторые пилоты могут помочь маркетологам ориентироваться в сложностях алгоритмов социальных сетей, поведения потребителей и показателей вовлеченности. Кроме того, в ней рассматриваются этические соображения и потенциальные проблемы, связанные с использованием ИИ для рекламных мероприятий в высококонкурентной и быстро меняющейся цифровой среде. Анализируя эффективность инструментов вторых пилотов, это исследование направлено на то, чтобы предоставить информацию о том, как они могут повысить эффективность и успешность кампаний по продвижению в социальных сетях на различных платформах.

Благодаря сочетанию теоретических исследований и практических тематических исследований эта глава стремится внести вклад в растущий объем знаний о роли ИИ в трансформации стратегий цифрового маркетинга и его влиянии на будущее социального продвижения.

В постоянно меняющемся ландшафте продвижения в социальных сетях интеграция инструментов ИИ стала переломным моментом. В этом контексте менеджер социальных сетей берет на себя роль капитана, направляя кампании, разрабатывая стратегии и интерпретируя данные для стимулирования вовлеченности и роста (Галицкий, 2023). Между тем, ИИ выступает в качестве второго пилота, оказывая неоценимую поддержку в навигации по сложностям цифрового пространства, оптимизации создания контента и повышении эффективности кампаний. Подобно тому, как капитан и второй пилот работают в тандеме, чтобы обеспечить успешный полет, сотрудничество между человеческим опытом и технологией ИИ формирует мощное партнерство, которое максимизирует потенциал усилий по социальному продвижению.

Используя инструменты ИИ, менеджеры социальных сетей могут открыть новые возможности для более эффективных, персонализированных и эффективных кампаний (рис. 1). Эти инструменты помогают во всем, от генерации контента до сегментации аудитории, оптимизации процессов и улучшения общих результатов. Eager & Brunton (2023), Xu (2024) и (Su and Yang 2023) изучают преобразующую роль вторых пилотов ИИ в образовании, уделяя особое внимание тому, как такие инструменты, как ERNIE Bot (PRNewswire 2023), ElevenLabs и Classpoint, могут повысить эффективность стратегий обучения. Хотя применение вторых пилотов в беспилотных автомобилях, образовании, розничной торговле (Furmakiewicz et al 2024), здравоохранении (Chiam et al 2024, Zou et al 2024) и других областях было тщательно изучено, это не относится к сфере социального продвижения.

В этой главе мы представляем помощника по социальному продвижению (SPC) для оптимизации социальных кампаний, повышения вовлеченности и предоставления брендам возможности ориентироваться в цифровом ландшафте с большей гибкостью и успехом. SPC также является частью конвейера управления взаимоотношениями с клиентами (Galitsky 2021), поддерживая общение с клиентом, удержание клиентов и обработку жалоб. Более того, SPC может быть помощником в индивидуальном социальном продвижении в профессиональных и личных областях.

Существующие веб-агенты обычно оцениваются только в упрощенных веб-симуляторах или статических веб-снимках, что значительно ограничивает их применимость в реальных сценариях. Чтобы преодолеть этот разрыв, мы включаем в SPC возможности веб-агента на основе LLM, чтобы он мог выполнять пользовательские инструкции от начала до конца, взаимодействуя с реальными социальными веб-сайтами.

## Социальное продвижение новых продуктов

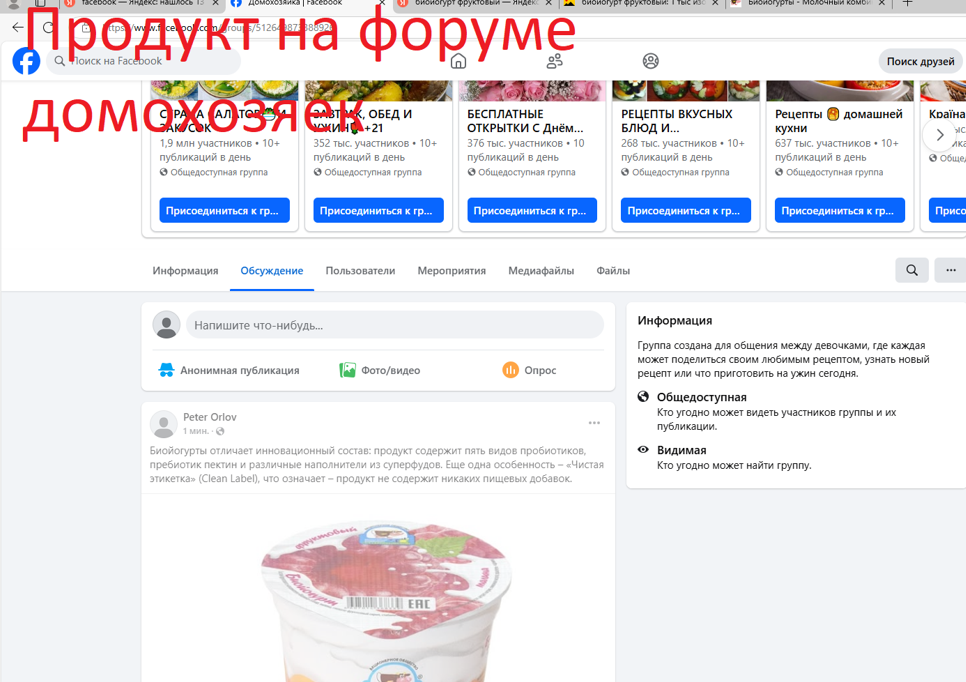
Значительная часть усилий фирмы направлена ​​на вывод новых продуктов и технологий на рынок. Однако эти инициативы сопряжены со значительными рисками, поскольку запуск нового продукта по своей сути непредсказуем (Mahajan & Muller, 1979). Первоначальная фаза проникновения на рынок особенно важна, поскольку она задает траекторию будущего принятия продукта. Быстрый и широкомасштабный взлет может обеспечить конкурентное преимущество, вызвать вирусное принятие потребителями и в конечном итоге определить, будет ли продукт успешным или нет (Golder & Tellis, 2004).

Чтобы преодолеть эти неопределенности, рекламные стратегии играют решающую роль в ускорении раннего распространения. Стратегически развертывая маркетинговые усилия — особенно рекламные кампании — компании могут стимулировать первоначальный спрос, генерировать осведомленность и создавать импульс, который стимулирует принятие продукта. Эффективные рекламные мероприятия не только помогают преодолеть инерцию рынка, но и максимизировать воздействие, поощрять ранних последователей и создавать основу для долгосрочного успеха.

SPC может значительно усилить эти рекламные усилия, используя автоматизацию на основе ИИ, анализ данных в реальном времени и персонализированное взаимодействие для оптимизации запуска продуктов. Отслеживая потребительские настроения, выявляя ключевых влиятельных лиц и адаптируя рекламный контент к определенным сегментам аудитории, SPC гарантирует, что маркетинговые сообщения дойдут до нужных людей в нужное время. Он может динамически корректировать стратегии кампании на основе обратной связи в реальном времени, гарантируя, что рекламные усилия останутся актуальными и эффективными на протяжении всего процесса распространения. Кроме того, SPC может автоматизировать взаимодействия, способствуя вовлеченности на социальных платформах и усиливая эффекты «сарафанного радио». Оптимизируя и оптимизируя рекламные мероприятия, Social Promotion Copilot увеличивает вероятность успешного запуска продукта, снижает риск неудачного запуска и максимизирует эффективность маркетинговых инвестиций. На уровне отдельного пользователя, осуществляющего социальное продвижение, SPC может повысить уверенность в себе (рис. 2).

A screenshot of a computer

AI-generated content may be incorrect.



A screenshot of a computer

AI-generated content may be incorrect.

A screenshot of a computer

AI-generated content may be incorrect.

A screenshot of a computer

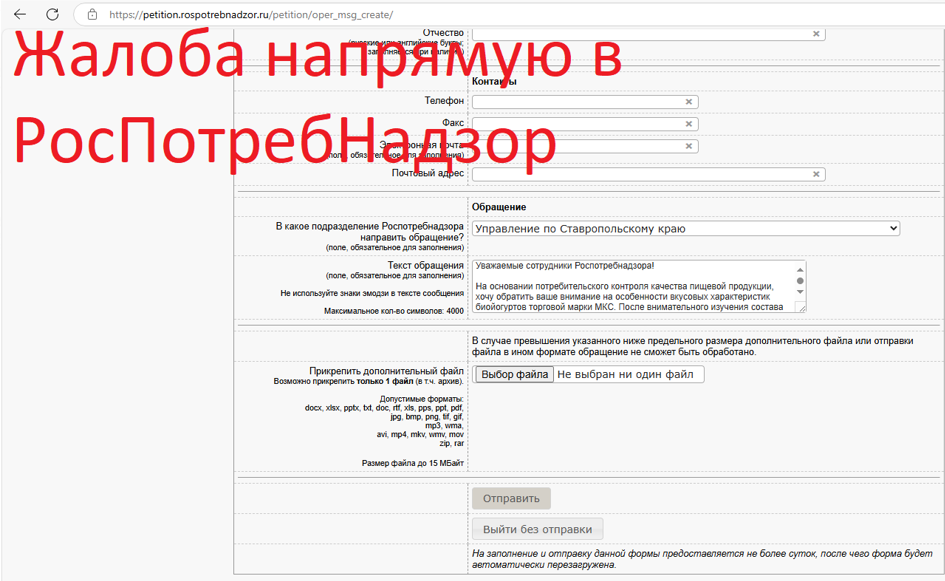
AI-generated content may be incorrect.

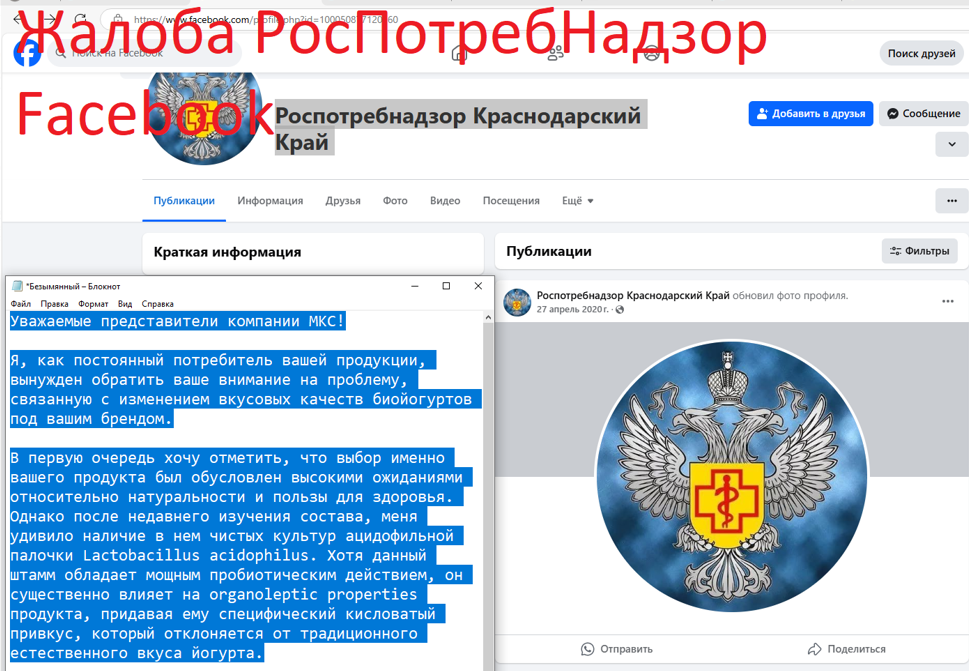
A screenshot of a computer

AI-generated content may be incorrect.

A screenshot of a computer

AI-generated content may be incorrect.





A screenshot of a computer

AI-generated content may be incorrect.