

Marknadsföring

SÅ TÄMJer DU AI MED PROMPTEN



Strategisk användning av AI för
marknadsförare

Daniel Fransén & Matz Magnusson



Checklista på sidan 4

Hanö fyr
Foto: Matz Magnusson

Den magiska

PROMPTEN

- Ta kontrollen över prompten med hjälp av din varumärkesstrategi
- Se checklistan på sidan 4

Så tämjer du AI med prompten

De senaste månaderna har vi blivit översköjda, nästan dränkta av information om artificiell intelligens. Många påstår att verktyget är så kraftfullt att det kommer att ersätta majoriteten av de funktioner som vi marknadsförare utför idag. Vi, författarna av denna artikel, tror dock att den nya teknologin har potential att hjälpa marknadsförare att utveckla en mer strategisk roll, snarare än att bli ersatta av AI. För att vi ska lyckas krävs att vi ställer rätt frågor till AI, att vi lyckas tämja artificiell intelligens med rätt input, den magiska prompten.

Skit in skit ut

”Skit in skit ut”, brukade min pappa säga. Ett bra underlag är viktigt för slutprodukten. En fungerande prompt är viktigt för att få bra svar från en chatbot eller en AI-modell. När vi frågar AI:n Pi vad som karaktäriserar en bra prompt får vi nedanstående svar.

- Var tydlig och pricksäker. Be specifikt om det du vill veta och formulera frågan så att det inte finns någon tvekan om vad du vill ha svar på.
- Var artig och trevlig. Använd artighetsfraser, för det kommer att leda till bättre interaktioner.
- Ge tillräckligt med bakgrundsinformation.

En tydlig prompt skapar tydliga varumärken

AI kan ses som en kraftfull motor för framtidens marknadsföring, samtidigt som vi har sett att AI ibland har svårt att leva upp till våra förväntningar på etik och moral. Det är kritiskt att den här kraften används på ett sätt som är etiskt och som gynnar både företag och människor. Det är en utmaning som kräver förståelse både för AI:s funktioner, företagens målsättningar och människors behov.

Som marknadsförare har vi en uppgift att se till att företagens visioner, värdegrunder och hållbarhetspolicys inte bara är en politiskt korrekt flik på hemsidan, utan används som underlag i de interaktioner vi har med olika AI-verktyg.

Artificiell intelligens som utvecklar relationen med kunderna

Ett starkt varumärke kan öka företags försäljning och lönsamhet. För konsumenter och kunder handlar det om att varumärken underlättar val vid konsumtion. Varumärken bidrar också på ett omvälvande sätt till att påverka människors identitet och samhörighet.

Varumärkets förmåga att hjälpa oss människor bli uppmärksammade och sedda har stor potential att utvecklas med hjälp av AI. AI kan användas för att stärka banden till kunderna på ett positivt sätt och bidra till varumärkets långsiktiga utveckling. Men, bara om vi själva har kontroll över hur vi vill att kundrelationen ska utvecklas. När det gäller andra digitala fenomen som sociala medier har vi sett att den positiva uppmärksamhet som individer får även kan vara enormt destruktivt med deprimerade människor som följd.

Marknadsföraren som redaktör för varumärket

I en komplex kommunikationsvärld blir marknadsföraren en strategisk redaktör som använder AI för att hantera stora mängder information och skapa en tydlig position för varumärket. Detta sträcker sig bortom marknadsföring och påverkar alla företagets aktiviteter, inklusive produktutveckling och utveckling av nya affärsmodeller.

AI kommer att ha olika funktioner i marknadsförarens verktygslåda och det är svårt att se exakt hur utvecklingen kommer att se ut. Vi har testat några varianter som kan användas för integrerad kommunikation med varumärkeslöftet i centrum. Allt från att ta fram namn, logotyper och grafiska manualer till hemsidor, sökordsoptimering, inlägg i sociala medier och olika typer av annonser.

Exempel på AI-verktyg för oss marknadsförare

Ett par exempel på användbara AI-verktyg är plattformarna Chat GPT och Midjourney för digital marknadsföring som låter marknadsförare skapa och hantera innehåll och visuella material.

Chat GPT kan användas för att generera textinnehåll som blogginlägg, produktbeskrivningar och kampanjmaterial, medan Midjourney kan skapa visuella koncept och designelement. AI-tekniken bakom dessa verktyg automatiserar och förbättrar skapandeprocessen, vilket frigör tid för marknadsförare att fokusera på mer kreativa och strategiska uppgifter. Här är några specifika fördelar med Chat GPT och Midjourney för marknadsförare:

Automatisering:

AI kan användas för att generera text och skapa visuella koncept automatiskt. Detta kan frigöra tid för marknadsförare att fokusera på mer kreativa och strategiska uppgifter.

Personifiering:

Chat GPT kan anpassa textinnehåll till olika målgrupper och Midjourney kan skapa skräddarsydda visuella material. Detta kan hjälpa marknadsförare att nå ut till rätt personer med rätt budskap.

Kreativ förstärkning:

Medan Chat GPT erbjuder innovativa textlösningar, ger Midjourney marknadsförare möjligheten att snabbt visualisera idéer. Denna kombination kan förstärka den kreativa processen och leda till unika marknadsföringskampanjer.

Kan AI ta över vår roll som marknadsförare?

Det är osannolikt att AI kommer att ta över vår yrkesroll helt och hållet. AI kan användas för att automatisera många uppgifter, men det krävs fortfarande mänsklig intelligens och kreativitet för att skapa framgångsrika marknadsföringskampanjer.

Marknadsförare som kan använda AI på ett effektivt sätt kommer att ha en konkurrensfördel. De kommer att kunna nå ut till en större publik, skapa mer engagerande kampanjer och mäta resultat mer effektivt.

Se AI som din partner

Rädslan för att AI kommer att "ta över" finns i många yrken. Men vi bör se AI som ett samarbetsverktyg snarare än en ersättare. Precis som tidigare teknologiska framsteg, som ångmaskinen eller internet, kan AI bli en katalysator för framsteg inom marknadsföring.

Tänk på AI som en partner. En partner som, när den används rätt, kan hjälpa dig att uppnå mål som tidigare tycktes omöjliga. Genom att använda AI med insikt och empati kan vi alla utforska nya möjligheter och skapa en tydlig, mer strategisk roll för oss marknadsförare.

Slutsats

Vår slutsats är att AI har potentialen att stärka varumärken och hjälpa företag att nå hållbara mål, men detta kräver medvetenhet om vilken input man vill ge och vilka resultat man förväntar sig. Marknadsförare spelar en avgörande roll i denna process genom att agera som redaktörer för varumärket och säkerställa att AI används på ett sätt som gynnar företag, konsumenter och samhället som helhet.



Ta kontakt med oss!

Matz Magnusson
matz@magnussonkennberg.se
www.magnussonkennberg.se

Daniel Fransén
daniel.fransen@distansakademin.se
www.distansakademin.se

Checklista för underlag till AI (prompten)

Fem frågor du ska kunna besvara för att AI ska kunna bidra till din strategi för varumärket:

- Vision: Vad är varumärkets vision för kunden?
- Kategori: Vilken produktkategori passar bäst för varumärkets vision?
- Varumärkeslöfte: Vilket är varumärkets löfte till kunderna och vilka värderingar står vi för?
- Målgrupp: Hur ska varumärket bidra till målgruppens identitet och behov?
- Co-branding: Vilka varumärken ska vi ha i vår leverantörskedja som stärker vårt varumärke?
- Samarbetspartners: Vilka distributionskanaler passar vårt varumärke bäst?