



Moderní technologie marketingu, prodeje a distribuce automobilů

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zaměřuje na průzkum a analýzu nových technologií v marketingu, které se používají v prodeji a distribuci automobilů. Hlavní pozornost je věnována možnostem využití umělé inteligence v marketingových aktivitách na straně dealera automobilů. Práce nejprve definuje základní principy trhu s automobily, online marketingu a umělé inteligence. Dále popisuje, jak je tyto technologie možné implementovat do marketingových procesů. Detailněji se pak zabývá specifickými aplikacemi umělé inteligence v kontextu tvorby obsahu pro marketingové kampaně.

Na základě získaných informací a dat, práce hodnotí efektivitu těchto technologií a navrhuje doporučení pro dealery, jak mohou umělou inteligenci efektivně využít k zvýšení produktivity a efektivnímu využití času. Cílem této práce je poskytnout komplexní přehled o významu a potenciálu umělé inteligence v marketingu automobilového průmyslu a přispět k lepšímu porozumění možnostem jejího využití pro zvýšení konkurenceschopnosti dealerů.



Autor: Marian Zámečník
Vedoucí: Ing. Oldřich Bronec, CSc.
Obor: Ekonomika a management



Abstract

Tato bakalářská práce se zaměřuje na průzkum a analýzu nových technologií v marketingu, které se používají v prodeji a distribuci automobilů. Hlavní pozornost je věnována možnostem využití umělé inteligence v marketingových aktivitách na straně dealera automobilů. Práce nejprve definuje základní principy trhu s automobily, online marketingu a umělé inteligence. Dále popisuje, jak je tyto technologie možné implementovat do marketingových procesů. Detailněji se pak zabývá specifickými aplikacemi umělé inteligence v kontextu tvorby obsahu pro marketingové kampaně.

Na základě získaných informací a dat, práce hodnotí efektivitu těchto technologií a navrhuje doporučení pro dealery, jak mohou umělou inteligenci efektivně využít k zvýšení produktivity a efektivnímu využití času. Cílem této práce je poskytnout komplexní přehled o významu a potenciálu umělé inteligence v marketingu automobilového průmyslu a přispět k lepšímu porozumění možnostem jejího využití pro zvýšení konkurenceschopnosti dealerů.



Klíčová slova:

Nástroje umělé inteligence, umělá inteligence v marketingu, online marketing, marketing v automobilovém průmyslu, PPC, sociální sítě