

# Como usar a Inteligência Artificial no marketing, publicidade e comunicação

**Metadescrição:** *Entre as formas mais comuns do uso da inteligência artificial no marketing estão a análise de dados e a otimização de anúncios.*

Não há como negar que o uso da **inteligência artificial no marketing, publicidade e comunicação** já é uma realidade sem volta. Aliás, o crescimento da utilização dessa tecnologia nesse segmento tem se mostrado impactante dia após dia.

A IA está mudando a forma como os profissionais desse setor **alcançam e envolvem os clientes**. Da **publicidade programática à análise de dados**, a IA pode ajudá-los a fazer um trabalho melhor, mas esse campo em rápida evolução também gera preocupações e incertezas.

Afinal, como tudo nessa vida, há sempre os prós e os contras, e isso precisa ser debatido. Para muitos especialistas, a questão mais relevante nesse caso é entender se a **IA irá ou não tirar um grande número de empregos** de quem atua nesse setor. Por outro lado, há quem defenda que se trata apenas de um avanço que irá contribuir na forma como é feito esse trabalho.

## Inteligência Artificial no marketing, publicidade e comunicação

A inteligência artificial começou a se fortalecer no marketing por volta do ano de 2015, já que essa tecnologia existe há algumas décadas. Porém, a IA passou a ganhar notoriedade globalmente a partir do ano passado, inclusive no Brasil.

Nos últimos anos, os times de marketing têm usado a IA principalmente para **análise de dados e modelagem preditiva**. Essas técnicas têm ajudado esses profissionais a entender melhor o comportamento do consumidor, segmentar o público e personalizar as campanhas de marketing.

Algoritmos baseados em IA podem **analisar grandes volumes de dados e identificar padrões e comportamentos de compra dos clientes**, assim como tendências de mercado que seriam difíceis de serem detectados por humanos. Isso permite que os marqueteiros tomem **decisões mais assertivas e desenvolvam estratégias mais eficazes**.

Vejamos agora outras formas mais comuns pelas quais a inteligência artificial no marketing, publicidade e comunicação tem sido explorada:

- **Personalização** - Ao aproveitar os algoritmos de IA, os times de marketing podem analisar os dados do cliente, prever preferências e personalizar mensagens e recomendações para atender às necessidades de cada cliente. O resultado é o aumento do engajamento e da taxas de conversão;
- **Otimização de anúncios** - As plataformas de publicidade com tecnologia de IA analisam o comportamento, as preferências e os dados demográficos do usuário em tempo real. Dessa forma, conseguem fornecer anúncios altamente direcionados e relevantes, o que melhora as taxas de conversão e o retorno do investimento;

- **Segmentação do público-alvo** - Ao analisar o modelo de dados do consumidor, os algoritmos de IA agrupam os clientes com base em semelhanças e comportamentos. Isso permite a criação de campanhas personalizadas que se alinham com segmentos específicos e aumentam a eficácia da campanha;
- **Criação e curadoria de conteúdo** - Os algoritmos de IA agora têm gerado recomendações personalizadas de produtos, o que contribui na criação de campanhas de e-mail automatizadas e até mesmo colaboram na redação de artigos e/ou postagens em mídias sociais;
- **Chatbots e assistentes virtuais** - Os programas baseados em IA ajudam essas interfaces de conversação a interagirem com os clientes em tempo real. Eles respondem as dúvidas, fornecem recomendações e orientam na jornada do comprador, ao mesmo tempo em que melhoram o atendimento e a satisfação desse cliente. Podemos experienciar isso em nosso dia a dia em serviços bancários ou laboratoriais, por exemplo.

## Impacto da IA na rotina de trabalho

Uma pesquisa recente da [Salesforce](#), publicada pelo portal [Meio & Mensagem](#), apontou que 51% dos mais de mil profissionais de marketing, publicidade e comunicação ouvidos já usam a **Inteligência Artificial Generativa** em sua rotina de trabalho.

Esse é um tipo de tecnologia que pode **produzir vários tipos de conteúdo, incluindo texto, imagens, áudio e dados sintéticos**. A grosso modo, são as IAs “ensinadas” a partir de grandes bases de dados com a intenção de que sejam capazes de adquirir o padrão de construção desses dados.

Outros números relevantes do setor apontam que:

- 22% dos profissionais que ainda não usam IA pretendem começar a utilizá-la em breve;
- 76% utilizam IA para produção de conteúdo e 75% para criação específica de textos;
- 39% não sabem como usar a IA Generativa de forma segura;
- 71% disseram que a IA Generativa eliminará a parte mais pesada do trabalho;
- 53% acreditam que essa tecnologia mudará totalmente suas atividades;
- 71% afirmaram que a tecnologia permitirá mais tempo livre para ser dedicado a outras estratégias.

Em termos gerais, o crescente papel da **Inteligência Artificial no marketing, publicidade e comunicação** tem o potencial de revolucionar o setor e ajudar as empresas a otimizarem suas estratégias.

Desde a personalização de conteúdo até a automação de tarefas, há muitas maneiras pelas quais a IA pode melhorar o marketing. As empresas que optam por usá-la podem **obter insights valiosos e criar campanhas mais eficazes** para atingir seus objetivos de negócios.

## A Inteligência Artificial ocupará o lugar de um humano no marketing?

Ao ler esse artigo, não será surpresa se a sua resposta for um convicto sim. Entretanto, ainda não há como afirmar de fato que o futuro dos profissionais de marketing, publicidade e comunicação como um todo está com seus dias contados.

Em um estudo realizado nos Estados Unidos pela [Ipsos](#), terceira maior empresa de pesquisa e de inteligência de mercado do mundo, **71% dos participantes relataram que estão preocupados com o impacto da IA na segurança do trabalho**. Em contrapartida, 55% acham que a IA será outra peça de tecnologia entre muitas.

É verdade que não é possível prever totalmente para onde o setor de marketing está caminhando, mas a maioria dos especialistas acredita que a **IA mudará os empregos existentes em vez de substituí-los**. Algo semelhante ao que aponta a pesquisa da Salesforce.

Assim, aquelas formas mais comuns pelas quais a **inteligência artificial** no marketing, publicidade e comunicação estão sendo utilizadas, citadas anteriormente neste artigo, **tenderiam a ser um aliado aos profissionais**. Eles poderiam trabalhar com mais eficiência e eficácia para beneficiar as marcas que representam.

Exemplo 1 de CTA: banner com um gatilho mental com senso de urgência para baixar um material rico sobre o tema.

Exemplo 2 de CTA: enquete para saber se o leitor usa a IA em seu trabalho ou se ele tem medo de perder o emprego para a IA.

Exemplo 3 de CTA: um simples convite para comentário ou compartilhamento do artigo.