

Marketingowcy już nie są potrzebni?

7 maja 2023

Polska firma HalfPrice, zamiast zatrudnić do kampanii marketingowej eksperta-człowieka, wolała „wynająć” do tego zadania sztuczną inteligencję. Za granicą również dochodziło już do podobnych przypadków. Tego typu wydarzenia sprawiają, że powstaje pytanie o to, czy w niedalekiej przyszłości AI nie zastąpi szeregu zawodów.

Światowe Forum Ekonomiczne (WEF) przewiduje, że w najbliższych pięciu latach globalna gospodarka straci 14 mln miejsc pracy, które zastąpi sztuczna inteligencja. To i tak najbardziej optymistyczne przewidywania, bo według gorszych prognoz AI może zastąpić nawet 300 mln osób.

Trudno się dziwić, że wiele firm woli postawić na AI. Niedawno profesor Ethan Mollick z wydziału zarządzania z Wharton School of the University of Pennsylvania postanowił przetestować możliwości sztucznej inteligencji. Wykorzystał popularne programy ChatGPT, MidJourney, ElevenLabs i D-id, którym zlecił wykonanie pracy, którą normalnie wykonuje zespół ekspertów w kilka dni. Sztuczna inteligencja wykonała tę samą pracę w 30 minut. Przez tę krótką chwilę AI napisała długi tekst, stworzyła stronę internetową, grafiki oraz wyreżyserowała i nakręciła film.

Również w ostatnim czasie jedna z czołowych stacji z Bliskiego Wschodu przedstawiła światu Fedhę – wirtualną dziennikarkę, która potrafi odczytywać wiadomości na zadany temat w naturalny sposób. Prezenterka AI będzie wykorzystywana do przedstawiania skrótów wiadomości na „Twitterze”.

Również polska firma, HalfPrice (sieć należąca do Grupy CCC), w ostatnim czasie „zatrudniła” sztuczną inteligencję do tworzenia kampanii reklamowej, zamiast zaangażować do tego

człowieka. „Wygenerowane z wykorzystaniem AI obrazy najnowszej kampanii HalfPrice Club wyglądają wręcz obłędnie – nie ma możliwości, aby przejść obojętnie obok nich [...]. Pierwsze wyniki przeszły nasze oczekiwania. Szybkość działania czy elastyczność, jaką daje sztuczna inteligencja, otwierają przed nami wiele możliwości – jeszcze bardziej jakościowej komunikacji z Klientem w czasie rzeczywistym” – poinformował Michał Książ, dyrektor marketingu HalfPrice.

Autorstwo: SG

Na podstawie: [WiadomosciHandlowe.pl](https://wiadomoscihandlowe.pl)

Źródło: [NCzas.com](https://nczas.com)