

BrightBid släpper studie: 79% marknadschefer rapporterar ökad ROI med hjälp av AI-verktyg



Speqta AB's (publ) ("Speqta") huvudtjänst BrightBid har genomfört en studie bland marknadsförare i Storbritannien. Av 200 tillfrågade svarade 84% att de använder AI-verktyg av något slag, där de tre främsta användningsområdena är e-postmarknadsföring (33%), innehållsmarknadsföring (29%) och generering av inlägg på sociala medier (27%). 79% av de högsta cheferna inom marknadsföring rapporterar ökad ROI med hjälp av AI-verktyg.

BrightBid, Speqta's huvudtjänst och adtech-plattform, har under hösten 2023 genomfört en studie i Storbritannien som visat att majoriteten (84%) av marknadscheferna redan använder AI-verktyg i sina digitala annonsstrategier, och 79% säger att användningen av AI-verktyg har ökat deras avkastning på investeringen.

- 85% av marknadscheferna har förtroende för AI-verktyg
- 64% planerar att använda dem mer i sina marknadsföringskampanjer
- 71% av marknadscheferna uttrycker oro över etiken i att använda AI-verktyg

Med utgångspunkt i denna framgång planerar 64% att integrera fler verktyg i sitt arbetsflöde i framtiden. Viktiga tillämpningsområden inkluderar automatisering, ökad produktivitet och förbättrade resultat. Respondenterna använde flera olika verktyg, men generativ AI, i de flesta fall ChatGPT, var den mest populära tekniken.

Lanseringen i november 2022 väckte ett globalt intresse för generativa AI-verktyg och deras inverkan på arbetsprocesser. Företagen har varit snabba med att uppmärksamma detta och erbjuda utbildning i dessa nya tekniker. Som ett resultat av detta säger 88% av marknadsförarna att de är nöjda med den utbildning de har fått om hur man använder verktygen, och 86% anser att de förstår AI-algoritmerna väl.

Den senaste studien "*The truth about AI tools: insights from a UK marketers' point of view*" belyser den pågående AI-revolutionen och dess inverkan på modern marknadsföring. Baserat på en exklusiv undersökning av 200 marknadsföringsledare i Storbritannien, tittar man på hur företag utnyttjar AI-verktyg för att förbättra marknadsföringsresultaten för att hjälpa fler marknadsförare att få tillgång till fördelarna med tekniken.

Majoriteten av marknadsförarna utnyttjar redan dessa verktyg till fullo, men 8% använder dem fortfarande inte alls, eller inte för arbetsändamål. Anledningarna till detta är bland annat oro över datakvaliteten, budgetbegränsningar och bristande kännedom om tekniken. Majoriteten (71%) av de tillfrågade uttryckte också oro över etiken i användningen av AI, vilket understryker behovet av en öppen diskussion om reglering.

Gustav Westman, VD och medgrundare av BrightBid, säger:

"Det råder ingen tvekan om att AI driver intäkter. En överväldigande majoritet av marknadscheferna - 79% - säger att AI bidrar till förbättrad ROI och erkänner att denna framgång direkt kan hänföras till användningen av AI-verktyg. Det finns dock fortfarande betydande hinder för AI-adoption, där vissa marknadsförare citerar brist på utbildning och budgetbegränsningar. Landskapet utvecklas snabbt, så vi hoppas att denna peer-to-peer-insikt hjälper alla organisationer att hitta sätt att börja dra nytta av denna teknik."

Kate Cox, Chief Marketing Officer på BrightBid, kommenterar:

"När AI används på rätt sätt har vi sett att den helt enkelt förstärker och förbättrar kampanjen istället för att ta över den. 40% av de marknadschefer vi tillfrågat medger att dessa verktyg förbättrar deras resultat, och även om det ibland kan kännas som en "black-box" har vi kommit till en punkt där det inte längre är ett alternativ att undvika att använda AI. Nu är det dags att verkligen förstå den här tekniken genom att utnyttja unika insikter som hjälper till att driva ännu bättre resultat för marknadsföringsinsatser."

BrightBids "The Trust About AI Tools: Insights from a Marketer's Point of View" kan hittas [här](#).

Metod för studien:

- Forskningspartner: CensusWide
- Region: Storbritannien
- Genomförd: Augusti 2023
- Urval: 200 marknadschefer och högre
- Yrkestitlar: CMO, marknadschef, PPC account manager, PPC-analytiker, PPC-chef, chef för digital marknadsföring, chef för paid search, analytiker för paid search
- Sektorer: agnostisk

Kontakt:

Fredrik Lindros
VD Speqta AB (publ)
fredrik.lindros@speqta.com
+46 723 10 66 66
www.speqta.com

Om Speqta:

Speqta är ett adtech-bolag som ger onlineannonsörer möjlighet att optimera sin marknadsföring med hjälp av data och AI. Bolagets SaaS-tjänst BrightBid (inkl Bidbrain) är ett verktyg för att ge kunderna bästa möjliga resultat och överbygga olika annonsplattformar. Speqta är listat på Nasdaq First North Premier Growth Market i Stockholm under namnet "speqt". Redeye AB är bolagets Certified Adviser.