

## **AI inom marknadsföring**

Hur språkmodeller kan användas för textproduktion

Simon Holm

Examensarbete för tradenom (YH)-examen

Företagsekonomi

Vasa 2024

## EXAMENSARBETE

Författare: Simon Holm

Utbildning och ort: Företagsekonomi, Vasa

Inriktning: Internationell handel

Handledare: Henrik Virtanen

Titel: AI Inom marknadsföring

---

Datum: 29.4.2024

Sidantal: 36

---

### Abstrakt

Detta examensarbete fokuserar på den specifika integrationen av artificiell intelligens (AI) inom marknadsföringsbranschen, med en särskild inriktning på dess potentiella effektivisering av textproduktion och skapandet av sociala medieinlägg. Målet är att utforska och förstå hur AI-teknologi kan förbättra och optimera dessa specifika aspekter av marknadsföringsmetoder.

Genom att genomföra en empirisk studie, baserad på intervjuer med en framstående marknadsföringsaktör, strävar detta arbete efter att identifiera befintliga strategier och verktyg som används för textproduktion och sociala medieinlägg i dagens marknadsföringspraxis. Undersökningen syftar till att analysera möjligheterna och utmaningarna med att implementera AI inom dessa områden, både nu och i framtiden.

Studien omfattar en djupgående granskning av det valda marknadsföringsföretagets nuvarande tillvägagångssätt och teknologiska infrastruktur specifikt när det gäller textproduktion och sociala medieinlägg. Genom att undersöka deras användning av AI för språkbehandling, generering av kreativt innehåll och andra relevanta teknologier framkom det hur dessa processer för närvarande optimerades.

Efter att ha kartlagt de befintliga metoderna riktades uppmärksamheten mot att undersöka och föreslå specifika applikationer av AI inom textproduktion och skapandet av sociala medieinlägg. Genom att identifiera områden där maskininlärning, naturlig språkbehandling och andra AI-tekniker kan integreras erbjuder examensarbetet konkreta rekommendationer för att stärka och framtidssäkra marknadsföringsstrategier inom dessa specifika områden.

Slutligen ger detta arbete till en ökad förståelse för hur AI kan effektivisera och förbättra textproduktion och sociala medieinlägg inom marknadsföringsbranschen. Detta examensarbete försöker sammanföra teoretiska insikter med praktiska observationer för att hjälpa marknadsföringsprofessionella och företagsledare att förbättra sina strategier i en digitaliserad värld.

---

Språk: svenska

Nyckelord: Artificiell intelligens, marknadsföring, textproduktion

# OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Simon Holm

Koulutus ja paikkakunta: Liiketalous, Vaasa

Suuntautumisvaihtoehto: Kansainvälinen Kauppa

Ohjaaja: Henrik Virtanen

Nimike: Tekoäly markkinoinnissa

---

Päivämäärä 29.4.2024

Sivumäärä: 36

---

## Tiivistelmä

Tämä opinnäytetyö keskittyy erityisesti tekoälyn (AI) integroimiseen markkinointialalle, erityisesti sen potentiaaliin tehostaa tekstien tuotantoa ja sosiaalisen median julkaisujen luomista. Tarkoituksena oli tutkia ja ymmärtää, miten AI-teknologia voi parantaa ja optimoida näitä markkinointimenetelmien osa-alueita.

Empiirisen tutkimuksen avulla, joka perustuu haastatteluihin merkittävän markkinointitoimiston kanssa, tämä työ pyrkii tunnistamaan nykyiset strategiat ja työkalut, joita käytetään tekstien tuotannossa ja sosiaalisen median julkaisuissa nykyisessä markkinointikäytännössä. Tutkimus pyrkii analysoimaan mahdollisuuksia ja haasteita, jotka liittyvät AI:n käyttöönottoon näillä alueilla, sekä nykyhetkellä että tulevaisuudessa.

Tutkimus kattaa syvällisen tarkastelun valitun markkinointiyrityksen nykyisestä lähestymistavasta ja teknologisesti infrastruktuurista, erityisesti tekstien tuotannon ja sosiaalisen median julkaisujen osalta. Tutkimus paljastaa, miten näitä prosesseja tällä hetkellä optimoidaan tutkimalla yrityksen käyttöä kieliprosessoinnissa, luovan sisällön generoinnissa ja muissa asiaankuuluviissa teknologioissa.

Nykyisten menetelmien kartoituksen jälkeen huomio kohdistettiin tutkimaan ja ehdottamaan konkreettisia sovelluksia AI:n käytölle tekstien tuotannossa ja sosiaalisen median julkaisujen luomisessa. Tunnistamalla alueet, joilla koneoppimista, luonnollista kielen prosessointia ja muita AI-tekniikoita voidaan integroida, opinnäytetyö tarjoaa käytännön suosituksia markkinointistrategioiden vahvistamiseksi ja tulevaisuuden varmistamiseksi näillä tarkasti määritellyillä osa-alueilla.

Viime kädessä tämä työ antaa parempaa ymmärrystä siitä, miten AI voi tehostaa ja parantaa tekstien tuotantoa ja sosiaalisen median julkaisuja markkinointialalla. Teoreettisia näkemyksiä ja käytännön havaintoja yhdistämällä tämä opinnäytetyö pyrkii siltaamaan kuilun teorian ja käytännön välillä, tarjoten konkreettisia oivalluksia markkinointiammattilaisille ja yritysjohtajille, jotka pyrkivät optimoimaan näitä tiettyjä osa-alueita strategioissaan yhä digitaalisemmaksi muuttuvassa maailmassa.

---

Kieli: ruotsi

Avainsanat: tekoäly, markkinointi, tekstituotanto

## **BACHELOR'S THESIS**

Author: Simon Holm

Degree Programme: Business Administration

Specialization: International Trade

Supervisor: Henrik Virtanen

Title: AI in marketing

---

Date 29.4.2024

Number of pages: 36

---

### **Abstract**

This thesis focuses specifically on the integration of artificial intelligence (AI) within the marketing industry, with a particular emphasis on its potential for streamlining text production and creating social media posts. The aim is to explore and understand how AI technology can enhance and optimize these specific aspects of marketing methods.

Through conducting empirical research based on interviews with a prominent marketing agency, this work seeks to identify existing strategies and tools used in today's marketing practices for text production and social media posts. The research aims to analyze the opportunities and challenges associated with implementing AI in these areas, both currently and in the future.

The study will encompass an in-depth examination of the selected marketing agency's current approach and technological infrastructure, specifically concerning text production and social media posts. By exploring their use of AI in language processing, creative content generation, and other relevant technologies, the research will reveal how these processes are currently optimized.

After mapping out the existing methods, attention will shift towards investigating and proposing specific applications of AI in text production and the creation of social media posts. By identifying areas where machine learning, natural language processing, and other AI techniques can be incorporated, the thesis will offer concrete recommendations to strengthen and future-proof marketing strategies in these specific areas.

Ultimately, this work will contribute to a greater understanding of how AI can streamline and improve text production and social media posts within the marketing industry. By bridging theoretical insights and practical observations, this thesis aims to bridge the gap between theory and practice, providing tangible insights for marketing professionals and business leaders seeking to optimize these specific aspects of their strategies in an increasingly digitized world.

---

Language: Swedish

Key words: Artificial intelligence, marketing, text production

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1	Inledning.....	1
1.1	Syfte.....	1
1.2	Problemformulering .....	2
1.3	Avgränsningar .....	2
1.4	Forskningsmetoder.....	3
1.5	Undersökningens Tillförlitlighet .....	5
1.6	Disposition.....	6
2	AI inom marknadsföring .....	7
2.1	AI inom textproduktion .....	8
2.2	Textproduktion till olika Företag.....	8
2.3	AI för att hitta varumärkesidentitet.....	9
2.4	Inlägg på sociala medier .....	11
2.5	ChatGPT.....	12
2.6	Andra språkmodeller .....	13
2.7	Jasper.ai .....	14
3	Metodval.....	16
3.1	Hereas arbetsprocess .....	17
3.2	Problematik med effektiv textproduktion .....	18
3.3	Potentiell lösning .....	19
4	ChatGPT Plus.....	21
4.1	Skräddarsydd Chatbot för Marknadsföring.....	21
4.2	Fördelar med Skräddarsydd Chatbot inom Marknadsföring .....	22
5	Arbetsprocessen .....	24
5.1	Exempel från gratisversionen av ChatGPT .....	24
5.2	Exempel av ChatGPT Plus.....	28
5.3	Kommetar från Herea Oy .....	32
5.4	Slutreflektioner.....	33
5.5	Fortsatt forskning.....	34
6	Källor .....	36
	Figur 1 OpenAI ChatGPT .....	13
	Figur 2 OpenAI ChatGPT .....	27

# 1 Inledning

I dagens snabbväxande och digitala affärsmiljö genomgår marknadsföringsbranschen en kontinuerlig förändringsprocess, där teknologiska framsteg spelar en central roll. Ett särskilt framträdande inslag i denna utveckling är användningen av artificiell intelligens (AI) inom marknadsföring (jfr. Chintalapati & Pandey, 2022). Detta forskningsarbete har som huvudsyfte att undersöka och analysera möjligheterna att implementera AI för att effektivisera textproduktion och skapande av innehåll för sociala medier, vilket kan ha betydande inverkan på marknadsföringsbranschen som helhet.

Empiriska datan kommer att samlas in från Herea, ett företag verksamt inom marknadsföring och som erbjuder sina tjänster till växande företag. Genom intervjuer med representanter från Herea kommer studien att belysa företagets nuvarande marknadsföringsstrategier och arbetsmetoder samt identifiera vilka verktyg de för närvarande använder. Denna grundläggande förståelse kommer att ligga till grund för en djupgående analys av hur implementeringen av AI kan förbättra och optimera textproduktion samt skapande av innehåll för sociala medier.

Genom att utforska de möjligheter och utmaningar som AI innebär inom marknadsföring syftar detta forskningsarbete till att ge konkreta rekommendationer för marknadsföringsprofessionella och företagsledare angående införandet av AI-teknologi. Genom att öka förståelsen för hur AI kan integreras för att öka effektiviteten inom textproduktion och sociala medier bidrar denna forskning till att forma framtiden för marknadsföringsbranschen i en era av snabb teknologisk utveckling.

## 1.1 Syfte

Syftet med detta examensarbete är att undersöka och utforska möjligheterna att implementera AI-verktyg inom Hereas nuvarande arbetsprocess inom marknadsföring med fokus på textproduktion. Genom att analysera och förstå företagets befintliga arbetsmetoder i hur de går till väga från att intervjua deras kunder, till att få fram vad kärnan är för deras företag till att producera texter till dem. Detta arbete strävar efter att identifiera specifika

områden där artificiell intelligens kan integreras för att förbättra effektiviteten och resultatet av dessa marknadsföringsinsatser. Målet är att ge konkreta rekommendationer för hur Herea och liknande företag inom branschen kan dra nytta av AI-teknologins potential för att uppnå ökad precision, målinriktning och framgång inom sina marknadsförings- och textproduktionsstrategier.

## 1.2 Problemformulering

I ljuset av syftet att implementera AI-verktyg inom Hereas nuvarande arbetsprocess inom marknadsföring, formuleras följande centrala frågor för att vägleda undersökningen:

- Hur ser Hereas nuvarande arbetsprocess ut när det gäller textproduktion, och vilka utmaningar eller områden kan identifieras som kan gynnas av implementeringen av AI?
- Vilka specifika AI-verktyg och teknologier är mest relevanta för att optimera och effektivisera Hereas marknadsföringsinsatser?
- Hur kan implementeringen av AI påverka kvaliteten, precisionen och effektiviseringen av arbetsprocessen inom textproduktion hos Herea?

Genom att besvara dessa frågor strävar detta examensarbete efter att erbjuda insiktsfulla lösningar och riktlinjer för att möjliggöra en framgångsrik integration av AI inom Hereas marknadsföringsverksamhet. Därigenom kommer forskningen att bidra till en djupare förståelse för de praktiska och strategiska implikationerna av att införa AI-teknologi inom marknadsföringsbranschen.

## 1.3 Avgränsningar

Denna studie avgränsar sig tydligt för att fokusera på specifika aspekter av marknadsföring som utgör kärnan i Hereas verksamhet. Huvudinriktningen kommer att vara att undersöka och analysera textproduktionen inom marknadsföringen, med särskild tonvikt på artiklar för företagets hemsidor och tillhörande sociala medieinlägg.

Undersökningen kommer att begränsa sitt omfång för att undvika att vidga perspektivet till andra områden av företagets verksamhet, såsom branding eller sökmotoroptimering. Fokus ligger på att förstå de befintliga marknadsföringsstrategierna och arbetsprocesserna hos Herea, och därför kommer dessa aspekter att vara centrala i analysen.

Vidare kommer studien att avgränsa sig till att identifiera och analysera de specifika AI-verktyg och teknologier som bäst passar Hereas unika behov inom textproduktion för marknadsföring. Djupgående analyser av andra typer av AI-applikationer, som inte direkt relaterar till marknadsföringens kontext, kommer att undvikas för att hålla fokus på det specifika ämnet.

Rekommendationer för implementering av AI kommer att baseras på Hereas nuvarande organisatoriska och tekniska förutsättningar inom området textproduktion inom marknadsföring. Genom att hålla sig inom dessa avgränsningar strävar studien efter att erbjuda relevanta och målinriktade insikter som kan stödja organisationer som överväger integrationen av AI-teknologier specifikt inom textproduktion för sina marknadsföringsstrategier och arbetsmetoder.

detta arbete behandlade inte de etiska och juridiska aspekterna av användningen av ChatGPT inom marknadsföring. Även om teknologin erbjuder många fördelar, kan den också resa frågor kring integritet, autenticitet och ansvar. Framtida forskning inom detta område bör inkludera en noggrann analys av dessa aspekter för att säkerställa en ansvarsfull och etisk användning av ChatGPT inom marknadsföring.

#### **1.4 Forskningsmetoder**

Examensarbetets teoridel baserar sig på vetenskapliga artiklar och relevanta webbplatser som behandlar olika AI-program i försök av att etablera en solid teoretisk förståelse för de AI-teknologier som är relevanta för produktion av diverse texter.

För att uppnå syftet med detta arbete och undersöka användningen av ChatGPT inom marknadsföring har olika forskningsmetoder använts. Dessa metoder valdes för att ge en

omfattande förståelse för hur ChatGPT används i praktiken och för att bedöma dess effektivitet och relevans för marknadsföringsföretag. Två huvudsakliga forskningsmetoder som används i detta arbete inkluderar kvalitativa intervjuer och experimentella studier.

För att få insikt i hur marknadsföringsföretaget Herea Oy använder ChatGPT i sin arbetsprocess för textproduktion genomfördes kvalitativa intervjuer med företagets representanter. Dessa intervjuer syftade till att samla in detaljerad och kontextuell information om hur ChatGPT integreras i deras arbetsflöde, vilka utmaningar de stöter på och vilka fördelar de upplever.

Genom att använda kvalitativa intervjuer kunde det ställas öppna frågor och utforska ämnet i djupet. Intervjuerna gav möjlighet att förstå företagets perspektiv, erfarenheter och åsikter om användningen av ChatGPT. Informationen som samlades in genom dessa intervjuer användes för att belysa företagets strategier, utmaningar och framgångsfaktorer vid användningen av ChatGPT för textproduktion inom marknadsföring.

För att jämföra kvaliteten på texter genererade av olika versioner av ChatGPT, nämligen ChatGPT och ChatGPT Plus, genomfördes experimentella studier. Dessa studier syftade till att bedöma skillnaderna i kvalitet, relevans och anpassning till Herea Oy:s standarder för textproduktion.

Under experimentella studier genererades texter av båda versionerna av ChatGPT och utvärderades utifrån fördefinierade kriterier för kvalitet och relevans. Dessa kriterier inkluderade språklig noggrannhet, anpassning till företagets stil och ton, samt förmågan att kommunicera klart och övertygande med målgruppen.

Genom att jämföra resultaten från dessa experiment kunde man bedöma vilken version av ChatGPT som bäst uppfyllde Herea Oy:s standarder och krav på textproduktion inom marknadsföring.

## 1.5 Undersökningens Tillförlitlighet

Validitet och reliabilitet är två viktiga begrepp inom forskningsmetodik som syftar till att bedöma kvaliteten och pålitligheten i en undersökning.

Validitet handlar om att bedöma om en undersökning verkligen mäter det den avser att mäta. Det innebär att resultaten från undersökningen korrekt återspeglar de egenskaper eller fenomen som studeras. Inom kvalitativa studier kan validitet relatera till om forskningsresultaten är relevanta, djupgående och adekvata för det undersökta fenomenet.

Reliabilitet å andra sidan handlar om att bedöma hur konsekvent och pålitligt resultatet från en undersökning är. Det innebär att om samma undersökning skulle upprepas under liknande förhållanden, skulle den ge liknande resultat. Inom kvalitativa studier kan reliabilitet relatera till om forskningsresultaten är stabila och reproducerbara.

I detta arbete är det viktigt att diskutera både validitet och reliabilitet med tanke på användningen av två olika forskningsmetoder: kvalitativa intervjuer och experimentella studier.

När det gäller validitet i de kvalitativa intervjuerna med Herea Oy, var det nödvändigt att säkerställa att de insamlade data verkligen återspeglade företagets erfarenheter och åsikter om användningen av ChatGPT. För att säkerställa detta genomfördes intervjuerna på ett öppet sätt, med möjlighet för företagsrepresentanterna att uttrycka sina tankar och perspektiv. Genom att ställa öppna frågor och ge utrymme för följdfrågor kunde forskaren få en djupare förståelse för företagets upplevelser. Dessutom användes transkriberingar och citat från intervjuerna för att förankra resultatens validitet i de faktiska data.

När det gäller reliabiliteten i experimentella studier som jämförde resultatet mellan ChatGPT och ChatGPT Plus, var det viktigt att säkerställa att förfarandena och bedömningarna var konsekventa och pålitliga. För att uppnå detta utformades experimenten noggrant med tydliga kriterier för bedömning av texternas kvalitet och relevans. Dessutom utfördes experimenten under liknande förhållanden för att säkerställa jämförbarhet. Resultaten analyserades sedan noggrant för att bedöma eventuella skillnader och tolkningsfel minimerades genom användning av väldefinierade protokoll och metodologier. (Metoddoktorn, Cecilia Lindh, Pernilla Andersson, Henning von Platen, 2024)

## 1.6 Disposition

Uppbyggnaden av examensarbetet:

**Kapitel 1** – Introduktion av ämnet, bakgrund, syfte, problemformulering, avgränsningar och forskningsmetoder

**Kapitel 2** – Allmänt om AI inom marknadsföring, dess olika former och definition. Även AI inom textproduktions diskuteras, samt sociala medieinlägg och ChatGPT och andra språkmodeller

**Kapitel 3** – Behandlar metodval, Hereas arbetsprocess, problematik med textproduktion och en potentiell lösning

**Kapitel 4** – ChatGPT Plus och dess fördelar för Hereas textproduktion

**Kapitel 5** – Arbetsprocessen, exempel på gratisversionen av ChatGPT och ChatGPT Plus samt jämförelser mellan exemplen. Kommentar från Herea Oy, slutreflektion och förslag till vidare forskning

**Kapitel 6** – Källförteckning

## 2 AI inom marknadsföring

I dagens digitala era har artificiell intelligens (AI) blivit en avgörande komponent inom marknadsföring, med syfte att effektivisera processer, förbättra kundinteraktioner och optimera resultat. Genom att dra nytta av den rika tillgången på data och avancerade algoritmer kan AI användas på flera fronter för att forma och förbättra marknadsföringsstrategier (Chintalapati & Pandey, 2022). Detta forskningsarbete utforskar den växande rollen som AI spelar inom marknadsföring och analyserar olika implementeringsmetoder samt dess potential för framtiden.

Implementeringsmetoder för AI inom marknadsföring omfattar bland annat automatiserad kundanalys och segmentering, personifierad marknadsföring genom prediktiv analys, optimering av reklamkampanjer med hjälp av maskininlärning samt förbättrad kundservice med chatbots och virtuella assistenter. Genom att dra nytta av AI-tekniker kan marknadsförare öka effektiviteten, precisionen och relevansen i sina kampanjer, vilket i sin tur leder till ökad kundtillfredsställelse och förbättrade affärsresultat (Chintalapati & Pandey, 2022).

Det är av yttersta vikt att observera den snabba utvecklingen inom AI-branschen och dess påverkan på marknadsföringslandskapet. Teknologiska framsteg och innovationer äger rum kontinuerligt, vilket innebär att de verktyg och metoder som är relevanta idag kan bli föråldrade imorgon. Denna dynamik betonar behovet för marknadsförare och forskare att kontinuerligt hålla sig uppdaterade om de senaste trenderna och teknologierna inom AI för att bibehålla sin konkurrenskraft och relevans på marknaden. (Chintalapati & Pandey, 2022).

Slutligen är det av central betydelse att förstå att medan detta arbete undersöker den aktuella användningen och effekterna av AI inom marknadsföring, så är utvecklingen inom området ständigt pågående. Det är mycket troligt att vid tidpunkten för avslutningen av detta arbete kommer det att finnas nya och spännande verktyg samt tillvägagångssätt inom AI-marknadsföring som ännu inte har identifierats eller utforskats. Med detta i åtanke blir det nödvändigt att betrakta denna studie som en ögonblicksbild av en ständigt föränderlig och innovativ bransch (Chintalapati & Pandey, 2022).

## 2.1 AI inom textproduktion

En central aspekt av AI inom textproduktion är dess förmåga att skapa relevanta och engagerande artiklar som på ett övertygande sätt beskriver företagets verksamhet. Genom att använda sig av maskininlärning och naturlig språkbehandling kan AI analysera stora mängder data för att förstå företagets tonalitet, värderingar och målgrupp. Därigenom kan den generera skräddarsydda artiklar som inte bara informerar om företagets produkter eller tjänster utan också skapar en känsla av förtroende och anknytning hos läsaren (Hye, 2023).

Vidare kan AI spela en central roll i att omvandla dessa artiklar till sociala medieinlägg. Genom att utnyttja generativa modeller kan AI automatiskt extrahera de mest relevanta och delningsvänliga delarna från artiklarna och skapa korta, kraftfulla meddelanden. Detta sparar inte bara tid för marknadsföringsteamet utan säkerställer också en konsekvent varumärkesrepresentation över olika plattformar (Hye, 2023).

En annan fördel med att integrera AI i textproduktionen för marknadsföring är dess förmåga att anpassa innehållet baserat på realtidsdata och trender. Genom att analysera användarbeteenden och sociala medieplattformar kan AI anpassa artiklar och inlägg för att bättre resonera med målgruppens intressen och behov. Detta dynamiska tillvägagångssätt ökar chanserna för ökad interaktion och delning, vilket i sin tur kan generera ökad synlighet och engagemang för företaget (Hye, 2023).

## 2.2 Textproduktion till olika företag

Att producera effektiva och anpassade texter för olika företag kräver en grundlig övervägning av företagets karaktär, målgrupp och varumärkesidentitet. Det är av yttersta vikt att förstå och återspegla företagets varumärkesidentitet för att säkerställa en enhetlig och igenkännbar kommunikation. (Wheeler, 2022)

Företag har distinkta varumärkesidentiteter som präglas av deras värderingar, röst och tonalitet. Att anpassa textproduktionen efter målgruppens specifika behov och preferenser är avgörande. En djupgående förståelse för målgruppen möjliggör skapandet av innehåll som engagerar och resonera med dem på ett meningsfullt sätt. (Wheeler, 2022)

Varje bransch har sina egna unika termer, trender och uttryck. Det är viktigt att anpassa texterna genom att integrera relevanta industriella nyanser och terminologi för att demonstrera expertis och bygga förtroende hos målgruppen. Identifiering av företagets målsättningar och önskade konverteringar är avgörande för att forma textinnehållet. (Wheeler, 2022)

Det är också viktigt att anpassa budskapen för att stödja företagets övergripande mål och öka sannolikheten för konverteringar. Texterna bör vara anpassade för olika plattformar och kanaler, såsom webbplatser, sociala medier och marknadsföringsmaterial. Varje plattform har sina egna krav och bästa praxis för att maximera effektiviteten av textproduktionen. (Wheeler, 2022)

Att inkludera sökmotoroptimering (SEO) i textproduktionen är också viktigt för att förbättra synligheten och sökbarheten online. Genom att integrera relevanta sökord och fraser kan man maximera möjligheterna till organisk trafik och ökad närvaro på sökmotorresultatsidor. Varierad textproduktion, inklusive olika multimediaelement som bilder, videor eller infografik, kan förstärka budskapet och göra texterna mer engagerande och delningsvänliga. (Flamand, 2024)

Det är också viktigt att regelbundet utvärdera prestanda och justera textproduktionen baserat på insamlade data och feedback. Genom att anpassa strategin för att möta förändrade affärs mål och marknadsförutsättningar kan man skapa innehåll som inte bara är relevant och engagerande, utan också effektivt stödjer företagets övergripande marknadsföringsstrategi och varumärkesmål (Hye, 2023).

### **2.3 AI för att hitta varumärkesidentitet**

Artificiell intelligens (AI) har betydligt omformat sättet företag analyserar och förstår sina värderingar samt varumärkesidentitet. Genom att utnyttja kraftfulla algoritmer och maskinlärningstekniker kan företag dra nytta av AI för att få djupare insikter och bättre förståelse för hur de uppfattas av kunder och intressenter.

En central aspekt av AI-användning inom detta område är sentimentanalys, en teknik som möjliggör för företag att kvantitativt mäta och analysera känslor bakom textinnehåll. I sin

studie "A Review on sentiment analysis from social media platforms" visade Rodríguez-Ibáñez, M., Casáñez-Ventura, A., Castejón-Mateos, F., Cuenca-Jiménez, P. (2015) på effektiviteten av sentimentanalys inom marknadsföringskontext och betonade dess användbarhet för att förstå och hantera kundernas känslomässiga respons. Genom att tillämpa sentimentanalys på olika källor, såsom sociala medier, recensioner och kundfeedback, kan företag snabbt identifiera positiva och negativa reaktioner. Detta ger dem möjlighet att justera strategier och förbättra varumärkesuppfattningen.

AI kommer också till nytta när det gäller att analysera och övervaka sociala medieplattformar. Owen Fay framhäver i sin artikel "The Impact Of AI And Automation On Brand Identity Creation And Management (2023)" om AI i varumärkesstrategi och uppfattning att användningen av AI möjliggör insamling och analys av stora mängder data på ett sätt som tidigare var otänkbart. Detta ger företag möjlighet att få en omfattande bild av hur de uppfattas och identifiera områden för förbättring.

I samma artikel påpekas det att användningen av AI för textanalys hjälper företag att förstå hur deras varumärke kommuniceras både internt och externt. Detta möjliggör en bättre anpassning av kommunikationsstrategier för att säkerställa att de överensstämmer med önskade värderingar.

När det gäller grafiskt innehåll spelar AI en viktig roll genom att analysera visuella element, såsom logotyper och bildspråk. I en artikel publicerad på visua.com, "5 Reasons Why Marketers Need Visual-AI (2024)," framhålls hur användningen av bildigenkänningsteknik inom varumärkesanalys kan ge företag möjlighet att identifiera visuella element som associeras starkast med deras varumärke. Detta ger vägledning för design och kommunikation på olika plattformar.

Användningen av AI inom analysen av företags värderingar och varumärkesidentitet har blivit en kritisk och effektiv metod för att få insikter på en djupare nivå. Genom att integrera dessa teknologier kan företag snabbt och precist identifiera känslomässiga respons, analysera sociala medieplattformar och kartlägga sina varumärken på ett sätt som tidigare var utmanande.

## 2.4 Inlägg på sociala medier

Att omvandla längre artiklar till effektiva och lockande sociala media-inlägg är en konst i sig. Det handlar inte bara om att förkorta texten utan även att behålla essensen och locka uppmärksamhet i ett begränsat utrymme. (Hookle, 2023)

För att framgångsrikt skapa sociala media-inlägg från längre artiklar är det avgörande att fokusera på nyckelbudskap, starka citat eller intressanta fakta. Relevansen måste bevaras samtidigt som det förkortade innehållet fortfarande överför den önskade informationen. (Hookle, 2023)

Vid anpassning av förkortat innehåll för olika sociala medieplattformar är det viktigt att ta hänsyn till deras specifika riktlinjer och preferenser. Till exempel betonar Instagram visuellt innehåll och korta texter medan LinkedIn gynnar längre och mer professionellt fokuserade inlägg. (Hookle, 2023)

För att förbättra synligheten och vidga målgruppen rekommenderas det att inkludera relevanta hashtags i det digitala innehållet. Genom att undersöka populära hashtags inom branschen och använda dem kan man koppla innehållet till befintliga konversationer och öka interaktionen genom att ställa frågor eller be om åsikter för att skapa dialog med målgruppen.

För att förstärka budskapet och anpassa sig till den visuella karaktären av sociala medier, rekommenderas det att integrera visuella element såsom bilder, grafik eller korta videoklipp. Det är av betydelse att de visuella inslagen anpassas för varje plattform och kompletterar det reducerade textinnehållet.

Optimera tidpunkten för inläggen baserat på plattformens publiktrender och målgruppens online-beteende. Utveckla en konsistent ton och röst för sociala media-innehållet för att bygga en stark och igenkännbar närvaro över tid.

Använd insikter och analysverktyg som tillhandahålls av sociala medieplattformar för att utvärdera prestanda och anpassa strategin genom att identifiera vilket innehåll som resonerar mest med målgruppen och vilka tider som genererar bäst engagemang.

Genom att integrera dessa strategier kan man effektivt omvandla längre artiklar till engagerande sociala media-inlägg, skräddarsydda för olika plattformar och optimerade för att maximera sin digitala närvaro (Haleem, A., Javaid, M., Asim Qadri, M., Pratap Singh, R., Suman, R. (7 Sep 2022).

## 2.5 ChatGPT

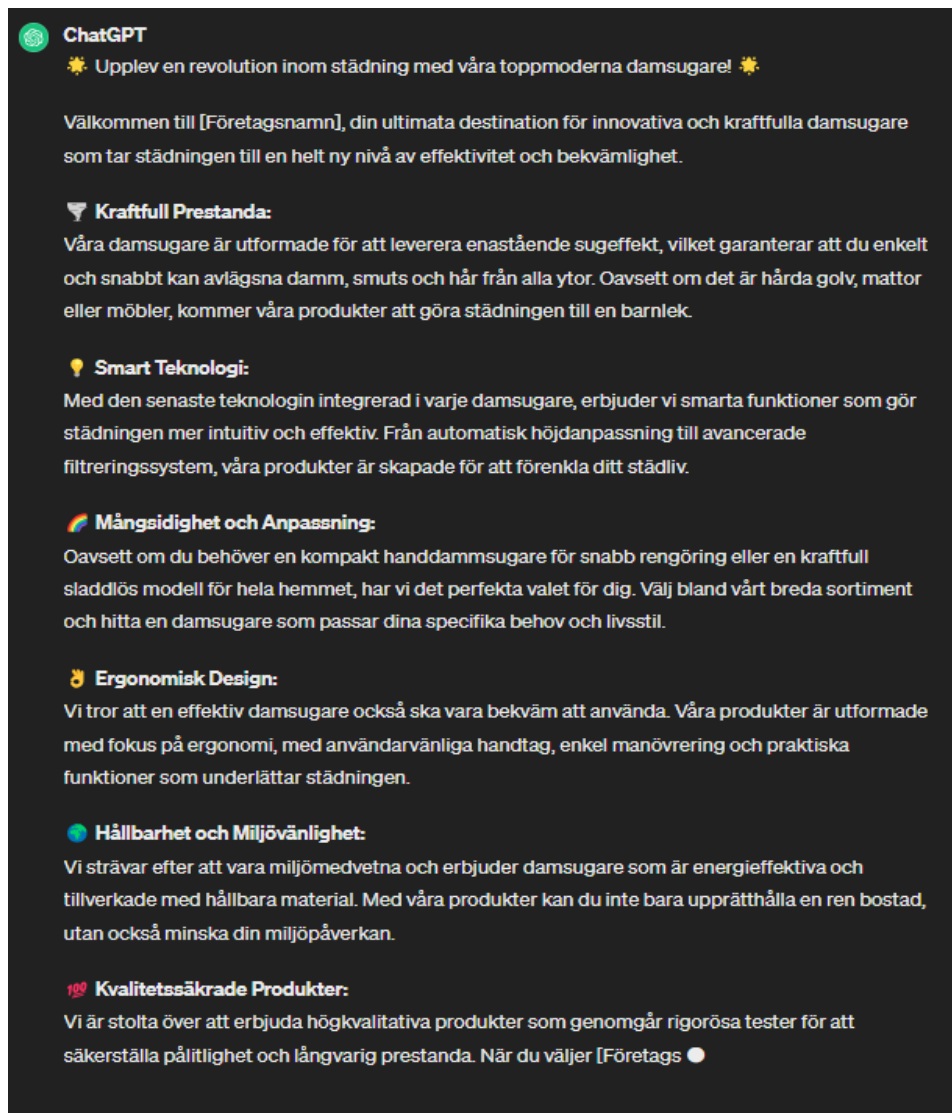
OpenAI:s ChatGPT representerar ett av de senaste framstegen inom avancerad textproduktion och är baserad på GPT-3.5-arkitekturen. Enligt information från OpenAI:s officiella hemsida, tränas ChatGPT genom övervakad inlärning och exponeras för omfattande mängder textdata från en mängd olika källor. Denna träningsprocess möjliggör för modellen att förstå och replikera mänskligt skrivet språk på ett högrepresterande sätt.

ChatGPT använder transformerarkitekturen för att analysera och producera text baserat på den kontext den ges. Genom att utnyttja denna teknologi kan modellen förstå instruktioner och generera relevanta texter för olika ändamål, inklusive marknadsföring.

Exempel baserat på OpenAI:s ChatGPT:

prompt: Skriv en marknadsföringstext till en hemsida för ett företag som tillverkar dammsugare

ChatGPT's svar:



Figur 1 OpenAI ChatGPT

## 2.6 Andra språkmodeller

Bortsett från OpenAI:s ChatGPT, har flera andra framstående språkmodeller blivit betydelsefulla inom textproduktion och AI-baserad kommunikation. Här presenteras en något mer ingående översikt över några av de mest välrenommerade alternativen:

- Microsoft Bing (Copilot):

Microsoft Bing, med sin AI-assistent Copilot som drivs av den avancerade GPT-4-modellen, erbjuder tre olika konversationslägen: Kreativ, Balanserad och Precision. Denna plattform möjliggör sökning baserat på nyckelord och referenser med hög grad av precision. Bing erbjuder användbarhet för Microsoft-användare och ger flexibilitet i utformningen av konversationsstilar (Microsoft, 2024).

- Gemini:

Gemini, tidigare känt som Google Bard, utgör Googles version av AI och bygger på LaMDA. Det är en experimentell AI-tjänst som utmärker sig genom snabba svarstider och kreativa svar. Gemini är särskilt användbar för text- och röstbaserade sökningar samt för användare som söker inspiration och varierade resultat (Google, 2024).

- Jasper.ai:

Jasper.ai utnyttjar GPT-3.5 och är skräddarsydd för att hantera uppgifter relaterade till försäljning, kundtjänst och marknadsföring. En anmärkningsvärd funktion hos denna plattform är dess förmåga att inkludera Google-söksdata, vilket möjliggör mångfald i svar. Jasper.ai är utformad för att tillgodose behoven hos marknadsförare och yrkesverksamma inom området (Jasper AI, 2024).

Dessa språkmodeller erbjuder olika fördelar och är anpassade för olika användningsområden. Microsoft Bing framhäver precision och mångfald i konversationsstilar. Gemini prioriterar snabba svar och kreativitet. Jasper.ai är specialiserad på uppgifter inom marknadsföring och erbjuder variation genom användning av Google-söksdata. Valet mellan dessa alternativ beror på användarens specifika behov och preferenser.

## 2.7 Jasper.ai

Jasper.ai beskriver skillnaderna mellan Jasper AI och ChatGPT på sin officiella hemsida. Enligt deras framställning är ChatGPT, skapat av OpenAI, ett verktyg för naturlig språkbehandling som möjliggör konversationer med en AI-chattbot. Jasper AI särskiljer sig genom att fokusera på företagsanvändning, särskilt inom marknadsföring och försäljning.

Jasper AI introducerar Jasper Chat, en AI-chattbot som möjliggör mer naturlig interaktion utan strikta instruktioner. De framhäver också skillnader i användning och mål, understryker att syftet inte är att ersätta varandra, utan att tjäna olika ändamål. Jasper AI påpekar att ChatGPT saknar finjustering för specifika företagsbehov, exempelvis avsaknaden av Brand Voice-funktionen för konsekvent varumärkesinnehåll.

Jasper AI betonar två kärnområden där de avviker från ChatGPT: deras inriktning på företagsanvändning och användningen av en proprietär AI-motor. Den första möjliggör skräddarsydda inlärningsmodeller och gränssnitt för företagsbruk, medan den senare ger tillgång till olika stora språkmodeller för att förbättra resultatens relevans.

Avslutningsvis lyfter Jasper AI fram användningsexempel, inklusive en 7-årig användare som skapade en barnbok och företagschefer som använde det för skalning. Deras fokus ligger på att erbjuda en specialiserad och anpassningsbar lösning för företagsanvändare inom olika branscher och behov.

### 3 Metodval

För att ingående undersöka implementeringen av artificiell intelligens (AI) inom marknadsföringsprocessen, med speciellt fokus på textproduktion, beslutade jag att använda en kvalitativ forskningsmetodik. Denna metod möjliggjorde en djupgående förståelse av ämnet genom insamling av detaljerad och kontextuell information från en framstående aktör inom marknadsföringsbranschen.

I denna studie samarbetade jag med marknadsföringsföretaget Herea Oy, lokaliserat i Vasa, som specialiserar sig på att betjäna klienter inom Huvudgruppen av industri- och teknikföretag, där B2B-marknader är deras primära fokus. Deras kundkrets representerar olika branscher som erbjuder specialiserade produkter och tjänster. För att erhålla en fördjupad förståelse av deras tjänsteutbud och affärsverksamhet, krävdes en ingående utforskning av deras arbetsprocesser (Herea Oy, 2024).

Herea Oy arbetar nära sina klienter för att förstå deras unika behov och utmaningar. Deras tjänsteutbud spänner över olika områden inom marknadsföring, med en särskild tonvikt på att tillhandahålla skräddarsydda och högkvalitativa texter. Dessa inkluderar:

**Webbsidertexter:** Skräddarsydda texter för att kommunicera företagets vision, produkter och tjänster på deras webbplatser.

**Produktbeskrivningar:** Klara och övertygande beskrivningar av företagets produkter och deras unika fördelar.

**Företagets vision och budskap:** Utformning av texter som återspeglar företagets värderingar, vision och budskap för att kommunicera med sina kunder och intressenter.

**Nyhetsartiklar:** Skrivande av informativa och engagerande nyhetsartiklar för att hålla kunder och intressenter informerade om företagets senaste framsteg och prestationer.

**Platsannonser:** Utformning av annonser för att marknadsföra företagets produkter eller tjänster på olika plattformar och kanaler.

**Kundreferenser:** Skapande av övertygande berättelser från nöjda kunder för att stärka företagets varumärkesimage och trovärdighet.

**Reklamtexter och annonser:** Skräddarsydda texter för att locka och engagera målgruppen i olika reklamkampanjer och annonseringsaktiviteter.

Genom en omfattande förståelse av Herea Oy:s arbetsprocess och de olika typerna av texter de producerar för sina klienter, erhålles en djupgående inblick i deras verksamhet och hur AI-teknologi kan integreras för att förbättra och effektivisera deras marknadsföringsinsatser. Detta samarbete förväntas ge värdefulla insikter som förväntas bidra till forskningsområdet och till marknadsföringsbranschen som helhet.

### 3.1 Hereas arbetsprocess

Genom en personlig intervju med Vd:n för Herea Oy, Eliina Pujola, och företagets innehållsstrateg, Linda Storås, framkom det att en kärnkomponent i Herea Oy:s verksamhet är att tillhandahålla skräddarsytt och effektivt marknadsföringsmaterial till sina kunder. För att uppnå detta har företaget utformat en strukturerad arbetsprocess för textproduktion, vilken syftar till att förstå kundernas behov och leverera texter av hög kvalitet som kommunicerar tydligt och övertygande med målgruppen.

Arbetsprocessen inleds med en omfattande analys av kundens verksamhet och mål. Vid samarbete med en ny kund är ett av de första stegen att ställa en serie frågor för att få en djupare insikt i företagets behov och de tjänster eller produkter de erbjuder. Denna inledande fas är av avgörande betydelse för att etablera en klar riktning för den följande marknadsplanen.

Pujola och Storås betonar att Herea Oy lägger stor vikt vid att hjälpa sina kunder att definiera sina tjänster och målgrupper. Ofta har företagen inte själva genomfört en strukturerad analys av dessa aspekter, vilket gör denna process värdefull för att skapa klarhet och fokusera marknadsföringsinsatserna.

När en tydlig förståelse för företagets tjänster och målgrupper har uppnåtts, arbetar Herea Oy med att formulera en konkret marknadsplan för kommunikation under det kommande

året. Denna plan innehåller vanligtvis olika komponenter, såsom vilka kanaler som ska användas, vilka budskap som ska förmedlas och vilka åtgärder som ska vidtas för att nå uppsatta mål.

En central aspekt av marknadsplanen är att identifiera vilka texter eller artiklar som kommer att påverka olika delar av företagets verksamhet. Detta är av yttersta vikt för att säkerställa att marknadsföringsinsatserna är målinriktade och relevanta för de övergripande affärsmålen. Här kan Herea Oy utforma en 12-månaders marknadsföringsplan, där de specificerar vilka texter som ska produceras under året. Dessa texter kan variera från produktbeskrivningar till sociala medie-inlägg och andra marknadsföringsmaterial.

För varje artikel eller text som ska produceras kan tillvägagångssättet variera, beroende på ämnet och syftet med texten. Detta innebär att det inte finns en standardiserad formel som följs, utan varje text anpassas för att möta kundens unika behov och mål.

I den operativa planen för textproduktionen fokuserar Herea Oy på att förenkla texter som behandlar komplexa tjänster eller produkter. Deras målsättning är att kommunicera information på ett klart och begripligt sätt, vilket underlättar för målgruppen att förstå och ta till sig budskapet.

Genom denna strukturerade arbetsprocess för textproduktion kan Herea Oy effektivt leverera texter av hög kvalitet och relevans, vilket hjälper deras kunder att nå sina affärs mål och kommunicera effektivt med sin målgrupp.

### **3.2 Problematik med effektiv textproduktion**

Textproduktion inom marknadsföring kan vara en komplex uppgift, särskilt när det gäller att beskriva och förklara produkter som är tekniskt avancerade eller specialiserade. För många marknadsföringsbyråer, inklusive Herea Oy, utgör en av de främsta utmaningarna att förstå och kommunicera effektivt om företagets produkter och tjänster till sina kunder.

Linda Storås berättar hur en av de huvudsakliga svårigheterna är att många av de produkter som behöver beskrivas i texter kan vara delar av större maskiner eller system, vilket kanske inte är allmänt bekant utanför en specifik bransch eller sektor. För en person vid Herea Oy,

som är ansvarig för att skapa textinnehåll och göra det begripligt för marknadsföring, kan det vara utmanande att förstå och effektivt kommunicera egenskaper och fördelar med produkten om de saknar tidigare erfarenhet eller kunskap om den.

Dessutom, när det gäller att använda AI, såsom ChatGPT, för att generera texter för produktbeskrivningar eller marknadsföringstexter, uppstår ytterligare utmaningar. Texter som genereras av AI-algoritmer tenderar att vara allmänna och inte skräddarsydda för specifika produkter eller företag. För komplexa produkter som kräver detaljerade beskrivningar skulle AI-texter från en generell modell som ChatGPT vara otillräckliga och inte tillräckligt relevanta för att möta behoven hos både företaget och dess kunder.

En annan utmaning är att många företag är försiktiga med att dela all sin information med marknadsföringsbyråer som Herea Oy, av rädsla för att känslig information kan läcka ut till allmänheten eller användas av konkurrenter. Detta begränsar mängden tillgänglig information som kan användas för att skapa texter och kräver att personalen vid Herea arbetar nära företagen för att säkerställa att endast godkänd och relevant information används.

Komplexiteten i vissa produkter och tjänster, tillsammans med utmaningarna med att använda AI för att generera relevanta och skräddarsydda texter, förstärker svårigheterna med effektiv textproduktion inom marknadsföring. Att hantera dessa utmaningar kräver en noggrann och skräddarsydd strategi för att säkerställa att marknadsföringsmaterialen är klara, övertygande och anpassade till varje företags unika behov och produkter.

### **3.3 Potentiell lösning**

Under intervjun med Herea Oy identifierades en potentiell strategi för att adressera de utmaningar som uppstår vid effektiv textproduktion inom marknadsföring, särskilt när det gäller att beskriva komplexa produkter och använda AI för att generera relevanta texter. En föreslagen lösning som diskuterades var att investera i en betald version av ChatGPT och etablera en dedikerad databas som endast skulle vara tillgänglig för anställda på Herea.

Genom att skapa en egen databas med exempelvis 50 olika artiklar som tidigare har skapats av Herea skulle de förse språkmodellen med en konkret referensram för att lära sig och

förstå deras specifika stil och branschterminologi. Genom att använda denna metod skulle ChatGPT automatiskt anpassa de genererade texterna till Hereas stil och därigenom minska risken för att producera för generiska texter.

En av de primära fördelarna med en personlig databas är att alla genererade texter skulle förbli inom Hereas interna miljö och inte riskera att sprida känslig information till obehöriga. Genom att begränsa tillgången till databasen till endast Hereas anställda skulle de kunna ha full kontroll över vilken information som används för att träna AI-modellen och vilka texter som genereras för deras kunder.

Denna strategi skulle också möjliggöra för experiment med olika instruktioner för att utvärdera hur väl ChatGPT kan generera texter som matchar Hereas stil och krav. Genom att regelbundet uppdatera databasen med nya artiklar och information skulle AI-modellen fortsätta att förbättras och anpassas till företagets behov över tiden.

Användningen av en personlig databas med ChatGPT kan erbjuda en effektiv och skräddarsydd metod för att producera kvalitativa marknadsföringstexter inom ramen för Herea Oy:s verksamhet. Genom att integrera AI-teknik på detta sätt kan de möta utmaningarna med effektiv textproduktion samtidigt som de behåller kontrollen över den genererade informationen.

## 4 ChatGPT Plus

ChatGPT Plus representerar en förfinad iteration av den populära språkmodellen ChatGPT, och den utmärker sig genom att erbjuda ytterligare funktionalitet och möjligheter jämfört med dess grundläggande version. Medan den konventionella ChatGPT-modellen är kapabel att hantera en mångfald av konversationer och uppgifter, tar ChatGPT Plus prestandan till nästa nivå genom att förbättra flera väsentliga områden:

- **Förbättrad kontextförståelse:** En framstående förbättring i ChatGPT Plus är dess förmåga att förstå och bibehålla kontexten från tidigare konversationer. Denna förmåga möjliggör leverans av mer relevanta och personligt anpassade svar, vilket resulterar i en mer organisk konversationsupplevelse för användaren.
- **Avancerad frågebesvarande förmåga:** ChatGPT Plus är utrustad med en förbättrad kapacitet för att hantera komplexa eller specialiserade frågor. Genom att ha tillgång till en bredare uppsättning av information och en förbättrad förståelse för ämnet kan modellen leverera mer detaljerade och precisa svar.
- **Förbättrad känslomässig förståelse:** En annan central funktion är ChatGPT Plus förbättrade förmåga att uppfatta användarens känslor och tonfall. Detta gör det möjligt för modellen att leverera mer empatiska och passande svar, vilket ökar användarens engagemang och tillfredsställelse.
- **Utökade integrationsmöjligheter:** ChatGPT Plus erbjuder utökade integrationsmöjligheter med en mängd olika plattformar och system. Denna fördjupade integration möjliggör en smidigare sammanfogning med befintliga system och verktyg, vilket ökar modellens användbarhet och flexibilitet. (Vaughan-Nichols & Diaz, 2024)

### 4.1 Skräddarsydd Chatbot för Marknadsföring

Inom marknadsföringsbranschen är det avgörande att kommunicera på ett sätt som är anpassat till målgruppens behov och preferenser. (Storm, 2022) Med hjälp av en skräddarsydd chatbot byggd på ChatGPT Plus kan företag skapa en direktkanal för kommunikation med sina kunder och potentiella kunder.

En av de mest kraftfulla funktionerna i ChatGPT Plus är dess förmåga att skapa en skräddarsydd konversationsupplevelse genom att använda tidigare data och information. Genom att mata in tidigare artiklar, produktbeskrivningar och andra relevanta texter i chatbotens databas kan företag säkerställa att den producerade texten är i linje med deras varumärkesstil och ton. Detta är särskilt viktigt för företag med invecklade produkter eller tjänster, där det krävs specialiserad kunskap för att kommunicera effektivt med kunderna.

Genom att använda en skräddarsydd chatbot kan företag automatisera processen för att producera texter för sina kunder, vilket sparar tid och resurser samtidigt som det säkerställer en enhetlig och professionell kommunikation. Dessutom kan chatboten användas för att svara på vanliga frågor och ge kunderna snabb åtkomst till relevant information, vilket kan öka kundnöjdheten och förtroendet för varumärket. (Vaughan-Nichols, S., Diaz, M. ZDNET.com 2024)

## **4.2 Fördelar med Skräddarsydd Chatbot inom Marknadsföring**

Att implementera en skräddarsydd chatbot inom marknadsföringsbranschen kan erbjuda flera fördelar för företag. I en artikel skriven på customgpt.ai beskrivs en del fördelar:

- **Effektivitet:** Genom att använda en skräddarsydd chatbot som är integrerad i He-reas system kan marknadsföringsföretaget automatisera och effektivisera processen för att generera texter för sina kunders marknadsföringsbehov. Genom att mata in tidigare artiklar, marknadsplaner och annan relevant information kan chatboten producera högkvalitativa texter på ett bråkdels av tiden som krävs för manuell författning.

- **Enhetlighet:** En av de stora fördelarna med att använda en chatbot integrerad i Hereas system är att den kan säkerställa enhetlighet i företagets skriftliga kommunikation. Genom att basera sina genererade texter på tidigare material och företagets varumärkesriktlinjer kan chatboten hjälpa till att upprätthålla en konsistent ton och stil över alla kundprojekt.
- **Skalbarhet:** Med hjälp av chatboten kan Herea enkelt skala upp sin verksamhet och hantera flera kundprojekt samtidigt. Eftersom chatboten kan producera texter snabbt och effektivt kan företaget expandera sin kundbas och öka sin intäkt utan att behöva öka personalen i samma utsträckning.
- **Expertis och Specialisering:** Genom att använda en chatbot integrerad i Hereas system kan företaget dra nytta av specialiserad expertis och kunskap inom olika branscher och ämnesområden. Genom att mata in tidigare material från olika kundprojekt kan chatboten lära sig om olika ämnen och hjälpa till att producera relevanta och informativa texter för varje enskilt fall.

I sammanhanget erbjuder en skräddarsydd chatbot integrerad i Hereas system en kraftfull lösning för marknadsföringsföretag och andra företag som behöver hjälp med att producera texter för marknadsföringsändamål. Genom att dra nytta av den avancerade funktionaliteten i en plattform som ChatGPT Plus kan företag effektivisera sin verksamhet, upprätthålla en hög kvalitetsnivå och erbjuda en bättre service till sina kunder.

Herea har beslutat att införa den betalda versionen av ChatGPT i sin verksamhet för att utforska hur denna version kan bidra till att effektivisera deras textproduktion. Med den betalda versionen av ChatGPT får Herea tillgång till avancerade funktioner och förbättrad prestanda jämfört med den kostnadsfria versionen. Genom att integrera denna AI-teknik i sin arbetsprocess förväntar sig Herea att kunna skapa högkvalitativt och målinriktat innehåll på ett snabbare och mer effektivt sätt. Detta kommer att möjliggöra för företaget att öka sin produktivitet, optimera sina resurser och leverera ännu mer relevant och engagerande material till sina kunder och målgrupper. Genom att utvärdera den betalda versionen av ChatGPT i sin verksamhet kommer Herea att kunna identifiera och analysera dess specifika fördelar och eventuella begränsningar, samt utforma strategier för att maximera dess effektivitet och integrering i företagets arbetsflöde.

## 5 Arbetsprocessen

Herea har beslutat att införa den betalda versionen av ChatGPT i sin verksamhet för att utforska hur denna version kan bidra till att effektivisera deras textproduktion. Med den betalda versionen av ChatGPT får Herea tillgång till avancerade funktioner och förbättrad prestanda jämfört med den kostnadsfria versionen. Genom att integrera denna AI-teknik i sin arbetsprocess förväntar sig Herea att kunna skapa högkvalitativt och målinriktat innehåll på ett snabbare och mer effektivt sätt. Detta kommer att möjliggöra för företaget att öka sin produktivitet, optimera sina resurser och leverera ännu mer relevant och engagerande material till sina kunder och målgrupper. Genom att utvärdera den betalda versionen av ChatGPT i sin verksamhet kommer Herea att kunna identifiera och analysera dess specifika fördelar och eventuella begränsningar, samt utforma strategier för att maximera dess effektivitet och integrering i företagets arbetsflöde.

I detta kapitel kommer vi att undersöka kapabiliteten hos denna betalda version av ChatGPT genom att genomföra olika experiment och utvärderingar. Vi kommer att analysera dess förmåga att generera relevant och engagerande texter inom olika ämnesområden och språkliga stilar. Dessutom kommer vi att utforska dess förmåga att förstå och anpassa sig till specifika målgrupper och kommunikationsmål. Slutligen kommer vi att diskutera våra resultat och dra slutsatser om huruvida den betalda versionen av ChatGPT är en effektiv lösning för att förbättra textproduktionen inom marknadsföringsbranschen.

### 5.1 Exempel från gratisversionen av ChatGPT

För att illustrera funktionerna och möjligheterna med den allmänna gratis versionen av ChatGPT, kommer jag att använda företaget Botnia Bolt som ett praktiskt exempel. Botnia Bolt är en tillverkare av högkvalitativa bultar och muttrar och massa andra produkter för byggbranschen, och Herea har tidigare skrivit många artiklar åt företaget för att marknadsföra deras produkter och tjänster.

**Prompten skrivet till ChatGPT:**

"Kom på 6 olika idéer för artiklar som företaget Botnia Bolt kan publicera under de kommande 6 månaderna. Använd den här hemsidan som inspiration: <https://botniabolt.fi/aktuellt/>."

**ChatGPTs svar:**

" 1 "Teknikens framtid: Hur innovativa material revolutionerar industrin"

- Utforska nya material och teknologier som används inom industrin för att öka effektivitet och hållbarhet. Intervjua experter och dela fallstudier för att visa hur Botnia Bolt är i framkant av dessa förändringar.

2 "Hållbar produktion: Botnia Bolts åtagande för en grönare framtid"

- Berätta om Botnia Bolts hållbarhetsinitiativ och hur de strävar efter att minska sin miljöpåverkan genom åtgärder som återvinning, energieffektivitet och minskat koldioxidutsläpp.

3 "Framgångsrika partnerskap: Botnia Bolts samarbete med ledande industrier"

- Presentera några av Botnia Bolts mest framgångsrika samarbetsprojekt med ledande företag inom olika industrier. Visa hur dessa partnerskap har bidragit till båda parter framgång och innovationskraft.

4 "Arbetarsäkerhet i fokus: Botnia Bolts åtgärder för att främja en säker arbetsmiljö"

- Lyft fram Botnia Bolts åtagande för arbetarsäkerhet genom att diskutera deras policyer, utbildningsprogram och innovativa lösningar för att minimera risker på arbetsplatsen.

5 "Trender och framtidsutsikter inom industriell produktion"

- Analysera de senaste trenderna inom industriell produktion och hur de påverkar företag som Botnia Bolt. Diskutera framtidsutsikter och strategier för att möta dessa förändringar framgångsrikt.

6 "Kundberättelser: Hur Botnia Bolts produkter och lösningar har drivit kundframgångar"

- Dela inspirerande berättelser från Botnia Bolts kunder om hur deras produkter och lösningar har bidragit till att lösa utmaningar, öka produktiviteten och förbättra resultatet för olika företag.”

Det är viktigt att notera att artiklarna som genererats av gratis versionen av ChatGPT fortfarande är ganska generella och skulle kunna passa in på de flesta företag inom liknande branscher. Gratis versionen av ChatGPT har inte möjlighet att gå in på länkar eller tillgång till specifika exempel på tidigare artiklar, vilket gör dess förmåga att producera exakta och skräddarsydda artiklar begränsad. Detta utgör en utmaning för att skapa helt unikt och målinriktat innehåll för ett specifikt företag som Botnia Bolt.

Trots dessa begränsningar ger de generella artikelförslagen en grundläggande struktur och innehållsriktning som kan anpassas och förfinas ytterligare av författaren. Genom att använda ChatGPT som en utgångspunkt kan författaren bygga vidare på de föreslagna idéerna och integrera specifika detaljer och exempel som är relevanta för Botnia Bolts unika situation och målgrupp.

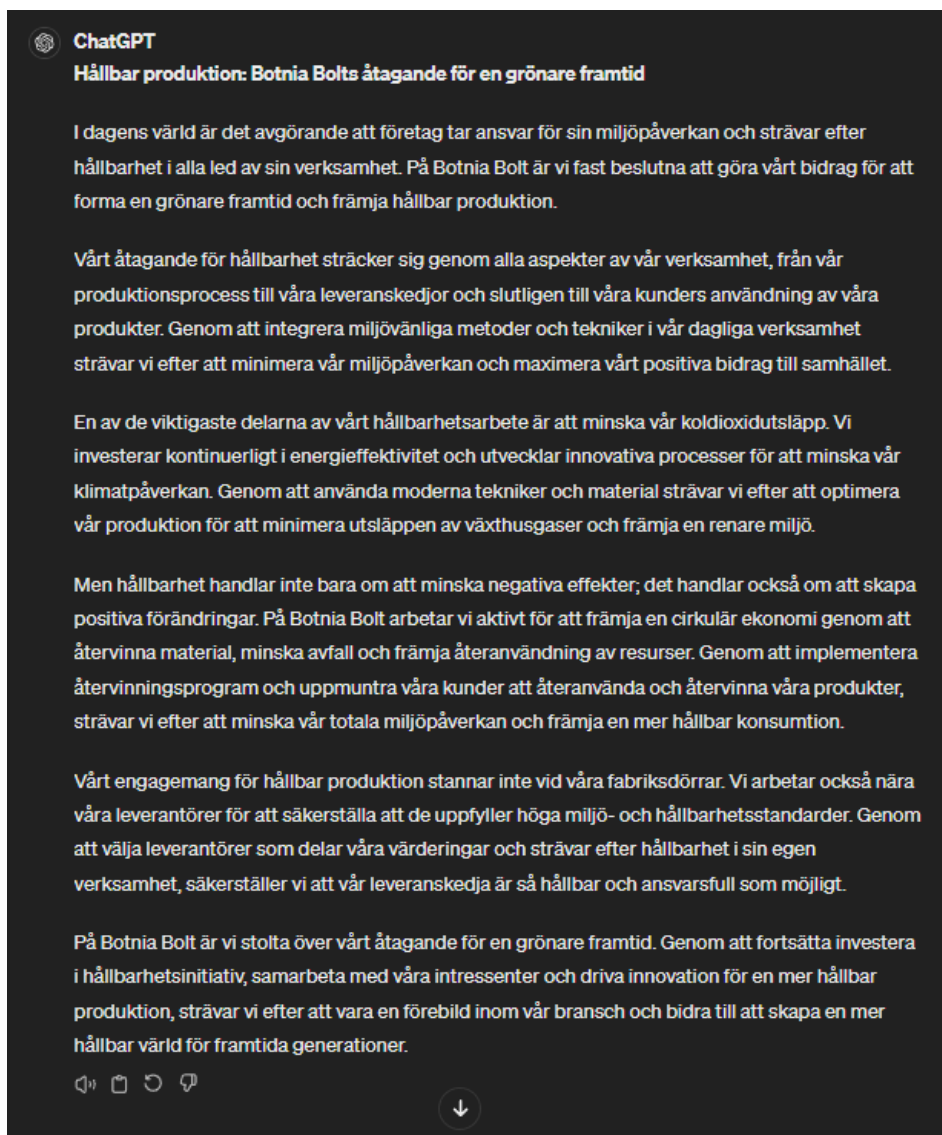
Denna anpassningsprocess kräver dock ytterligare arbete och kreativ input från författaren för att säkerställa att de resulterande artiklarna är både relevanta och engagerande för Botnia Bolts specifika behov och mål. Detta understryker behovet av att överväga att uppgradera till den betalda versionen av ChatGPT för att få tillgång till mer avancerade funktioner och en högre grad av anpassning och precision i textproduktionen.

För att vidare demonstrera kapabiliteten av gratisversionen av ChatGPT så ser vi på ett exempel på en artikel från de 6 exemplen som gavs av språkmodellen:

#### **Prompten skrivet till ChatGPT:**

Skriv en artikel som heter "Hållbar produktion: Botnia Bolts åtagande för en grönare framtid" som är skriven i den stilen de tidigare Botnia Bolts artiklar är skrivna i.

#### **ChatGPTs svar:**



Figur 2 OpenAI ChatGPT

Igen ser man en generell artikel som kan passa in på flera företag inom olika branscher. Trots att den ger en allmän översikt över Botnia Bolts hållbarhetsåtgärder saknar den specifika detaljer och exempel som är unika för företaget. Detta beror på begränsningarna i den gratis versionen av ChatGPT, som inte har tillgång till specifika länkar eller exempel på tidigare artiklar.

Som ett resultat kräver det ytterligare arbete från författaren för att anpassa och förfina artikeln för att bättre passa Botnia Bolts specifika situation och mål. Detta kunde inkludera specifika exempel på hållbarhetsinitiativ som företaget har genomfört, kundberättelser om

framgångsrika hållbarhetsprojekt, eller detaljer om hur Botnia Bolt skiljer sig från sina konkurrenter när det gäller hållbarhet.

Det är också viktigt att notera att beroende på vad som inkluderades i prompten för ChatGPT, kunde resultatet ha varit annorlunda. Genom att till exempel specificera en tydlig ton eller fokusera på specifika aspekter av miljövänlighet, kunde artikeln ha fått en annan karaktär. Man kunde också ha gett mer detaljerad information om Botnia Bolt som företag, dess historia, eller specifika hållbarhetsinitiativ som de har genomfört.

Detta leder in på ett problem som Herea stöter på med den gratis versionen av ChatGPT. All information som matas in i chatbotten blir tillgänglig för användningen av andra personer eller företag. Detta innebär att den gratis versionen har sina begränsningar när det gäller att hantera känslig eller företagsspecifik information. Det är därför viktigt att den betalda versionen av ChatGPT erbjuder en högre grad av sekretess och håller all information som matas in i verktyget hemlig för att skydda företagsintressen och säkerställa konfidentialitet. (Forcepoint.com, Arnott, B. 2023)

## 5.2 Exempel av ChatGPT Plus

I detta avsnitt tillhandahålls samma instruktion till ChatGPT Plus avseende ämnen för artiklar. För denna version har en skräddarsydd assistent utvecklats genom att flera exemplar av tidigare artiklar från Botnia Bolt, författade av Herea, matats in. Denna version av ChatGPT har också förmågan att hämta information från själva hemsidan för Botnia Bolt.

Prompt: Kom på 6 olika idéer för artiklar som företaget Botnia Bolt kan publicera under de kommande 6 månaderna. Använd den här hemsidan som inspiration: <https://botniabolt.fi/aktuellt/>

ChatGPT Plus svar:

1. Innovation inom fästelement: En artikel som utforskar hur Botnia Bolt fortsätter att innovera inom utvecklingen av fästelement, med fokus på deras certifierade processer för skräddarsydda skruvar och gängstänger. Berätta om deras tekniska förmåga och hur de möter specifika kundbehov inom bygg- och metallindustrin.
2. Hållbarhet i fokus: Presentera företagets åtgärder för att minska miljöpåverkan i sin tillverkningsprocess och logistik. Artikeln kan inkludera intervjuer med ansvariga för hållbarhetsinitiativen och belysa framtida mål för att bli mer miljövänliga.
3. Kvalitetskontroll bakom kulisserna: En djupdykning i Botnia Bolts kvalitetskontrollprocesser. Visa hur produkter testas i deras laboratorium, vilken utrustning som används och hur de säkerställer att varje produkt möter branschstandarder och kundförväntningar.
4. Familjeföretaget som växer: En artikel om hur Botnia Bolt, som ett familjeägt företag, har expanderat och vilka värden som ligger till grund för deras affärsmodell. Artikeln kan även inkludera personliga berättelser från anställda som reflekterar företagskulturen.
5. Botnia Bolt Machining: Fokusera på deras produktionsavdelning Machining, och hur de anpassar sin produktion för att snabbt kunna möta kundernas behov medan de bibehåller hög produktkvalitet. Illustrera detta med specifika exempel på kund Case där snabba lösningar varit avgörande.
6. Möt våra medarbetare: En serie medarbetarprofiler där anställda i olika roller och från olika avdelningar presenteras. Detta ger en mänsklig touch till företaget och kan hjälpa till att bygga en starkare relation med deras kunder genom att visa de personer som står bakom produkterna och tjänsterna.

Skillnaderna mellan ChatGPT Plus-versionen och dess gratisversion är uppenbara. Betalversionens svar är mer precisa och skräddarsydda för Botnia Bolt som företag. Varje föreslagna artikelidé tar upp specifika aspekter av företagets verksamhet, såsom innovation, hållbarhet, kvalitetskontroll, företagskultur och produktionsavdelningar. Dessa förslag erbjuder en djupare och mer målinriktad förståelse för Botnia Bolts unika situation och behov.

Svaren från den gratisversionen är mer allmänna och generiska. Även om de behandlar relevanta ämnen som hållbarhet och kundberättelser, saknar de den detaljrikedom och anpassning som kännetecknar betalversionens svar. Svaren från den gratisversionen skulle kunna passa för en mängd olika företag inom olika branscher, medan svaren från betalversionen är mer exklusiva för Botnia Bolt som företag.

Det är tydligt att betalversionen av ChatGPT kan producera mer skräddarsydda och specifika resultat jämfört med den gratis versionen, vilket gör den mer lämplig för företagsanvändning och marknadsföringsändamål.

I nästa exempel bad vi ChatGPT Plus att skriva en av de artiklar som rekommenderades. I detta fall uppmanade vi språkmodellen att skriva en artikel om exempel 4. Chat GPT Plus svar:

***“Botnia Bolt: Ett familjeföretag som expanderar och vårdar sina värderingar***

*Botnia Bolt, med sina djupa rötter i familjeäggande, har under åren växt till en betydande aktör inom skruv- och metallindustrin. Från Kristinestad till de bredare nordiska marknaderna, detta företag har bevarat en känsla av familj och gemenskap trots sin expansion.*

***Grundläggande värden som driver framgång***

*Botnia Bolts framgång bygger på några grundläggande principer: kvalitet, kundnärhet och flexibilitet. Verksamheten strävar efter att alltid leverera produkter av högsta kvalitet, vilket säkerställs genom rigorösa processer på deras egen kvalitetskontrollavdelning. Företagets nära relationer med sina kunder och förmågan att anpassa leveranser och lösningar efter kundens behov framhävs särskilt.*

***Expansion och anpassning***

*Tillväxten har varit markant, med nya tjänster som e-handel och utvidgad verksamhet inom både produktion och försäljning av skruvar och andra komponenter. Botnia Bolt har även effektiviserat sin produktionsprocess genom att använda modern teknik och ERP-system, vilket bidrar till snabbare och mer exakta leveranser.*

***Anställdas berättelser speglar företagskulturen***

*Det som verkligen lyfter fram Botnia Bolts särdrag är de personliga berättelserna från de anställda. Patrik Pedersen, företagets VD, betonar vikten av en positiv arbetsmiljö där humor och ömsesidig respekt står i centrum. Anställda uppmuntras till att vara proaktiva och samarbetsvilliga, vilket inte bara höjer moralen utan också produktiviteten.*

*Botnia Bolt har en platt organisation där titlar inte spelar någon större roll. Detta skapar en känsla av likhet och öppenhet mellan olika avdelningar och kontor, oavsett om det handlar om lagerarbetare eller högre chefer. Sådana värderingar hjälper till att skapa en arbetsplats där alla känner att de bidrar till företagets övergripande mål.*

### **Framtidsutsikter**

*Botnia Bolts tillväxtplaner inkluderar ytterligare expansion av e-handel och att dra nytta av sin position som en pålitlig leverantör till både lokala och internationella kunder. Med ett fortsatt fokus på kvalitet och kundnöjdhet ser Botnia Bolt ljus på sin framtid, stärkt av en stark företagskultur och en lojal arbetsstyrka.*

*För mer information om Botnia Bolt och dess aktuella händelser, besök deras aktuella sida.”*

Artikeln skriven av ChatGPT Plus ger en detaljerad och skräddarsydd bild av Botnia Bolt, vilket inkluderar information om företagets ursprung och dess VD. Detta tyder på att den betalda versionen av ChatGPT kan dra nytta av en större mängd data och kunskap som är tillgänglig för den, vilket kan omfatta offentligt tillgänglig information såsom företagsinformation och ledningsstrukturer. Det syns en tydlig skillnad mellan artiklarna skrivna av gratisversionen och betalda versionen.

Denna förmåga att dra nytta av en bredare informationsbas gör det möjligt för ChatGPT Plus att skapa mer detaljerade och precisa artiklar som kan inkludera specifika detaljer om företagets historia och ledningsteam. Detta är en klar fördel jämfört med den gratisversionen av ChatGPT, som är mer begränsad i sin tillgång till information och därför kan producera mer generella och allmänna svar.

Det är viktigt att påpeka att all information som skrevs i artikeln kan vara föråldrad eller helt falskt, vilken har varit ett problem i allmänheten för ChatGPT. Det betyder att artiklarna borde granskas igenom för säkerhets skull av någon kunnande.

### 5.3 Kommentar från Herea Oy

I en reflektion över testresultaten av ChatGPT och ChatGPT Plus för textproduktionen, delar Linda Storås, Innehållsstrateg för Herea, sina tankar. Hon berättar: "Baserat på detta test kan man konstatera att vi egentligen inte har någon större nytta av själva textproduktionen i ChatGPT eller ChatGPT Plus, åtminstone inte för tillfället." Linda identifierar att de behöver mer detaljerade artiklar som fokuserar på att framhäva kundfördelar och andra aspekter som inte redan finns på företagets webbsida. Hon konstaterar: "Som vi ser det skapar användningen av ChatGPT för textproduktionen snarare mer arbete, eftersom vi behöver faktakolla allting på ett annat sätt än om vi själva skrivit innehållet från början."

Linda jämför också resultatet av den betalda och den gratisversionen av verktygen och noterar: "Plus-versionens artikel var mycket bättre än den som vaskades fram i gratisversionen, men för mig som känner till Botnia Bolts artikelinnehåll till punkt och pricka kändes det inte som att den tillförde något nytt." Hon påpekar att användningen av ChatGPT för textproduktion kräver betydande bearbetning för att vara användbar och att den personliga touchen är avgörande: "förmodligen så pass mycket att det skulle gå lika snabbt (om inte snabbare) att själv skriva en helt ny text till kunden med lite mer själ i – och väldigt långt är det förstås själen (personligheten!) som både vi, våra kunder och kundernas kunder uppskattar i texterna."

Dock ser Linda potential i verktyget för att generera idéer till strategiarbete och kommenterar: "För att få idéer till nya artiklar/nytt innehåll vid t.ex. strategiarbete tycker jag dock att Plus-versionen verkar fungera ganska bra." Hon betonar behovet av att finslipa prompten för att maximera verktygets effektivitet: "säkert ännu bättre om vi finslipar själva prompten med mer fakta om företagen i fråga och deras målsättningar." Linda avslutar med att fastställa att den betalda versionen är mer lämplig för deras behov: "det är nog Plus vi får använda oss av."

## 5.4 Slutreflektioner

Genom detta examensarbete har vi utforskat användningen av AI, särskilt ChatGPT och ChatGPT Plus, inom marknadsföring och textproduktion för Herea Oy. Vi har identifierat syftet med arbetet, definierat problemformuleringen och genomfört en undersökning med avgränsningar för att förstå potentialen och begränsningarna hos dessa verktyg.

Genom att utforska användningen av avancerade språkmodeller, särskilt ChatGPT, för textproduktion inom marknadsföring har denna studie belyst både dess potential och begränsningar. Enligt en systematisk litteraturoversikt av Chintalapati & Pandey (2022) har AI blivit allt viktigare inom marknadsföring, vilket öppnar dörrar för nya tillvägagångssätt för innehållsskapande och kundinteraktion.

Resultaten från studien visade att den betalda versionen av ChatGPT, ChatGPT Plus, erbjöd en mer specifik och skräddarsydd approach jämfört med den gratisversionen. Enligt PollThePeople och Fay (2023) är tillämpningen av avancerade AI-algoritmer som ChatGPT Plus ett steg mot att skapa mer relevant och engagerande marknadsföringsmaterial, vilket kan stärka varumärkesidentitet och kundinteraktion.

Dock är det viktigt att notera att båda versionerna av ChatGPT fortfarande har sina brister. Även om ChatGPT Plus var mer specifik i sina svar, saknade det fortfarande ibland den nödvändiga kontextförståelsen för att generera helt precisa och relevanta texter för specifika företag och branscher. Enligt Rodríguez-Ibáñez et al. (2023) är en av de utmaningar som är förknippade med sentimentanalys från sociala medieplattformar just bristen på fullständig kontextförståelse, vilket kan leda till missförstånd eller felaktiga tolkningar av kundens feedback.

Slutreflektionen på denna studie är att avancerade språkmodeller som ChatGPT erbjuder spännande möjligheter för textproduktion inom marknadsföring, men de är fortfarande inte perfekta. Ytterligare forskning och utveckling krävs för att förbättra deras förmåga att förstå och anpassa sig till specifika företagsbehov och branschkrav. Trots sina brister kan de dock vara kraftfulla verktyg för att effektivisera innehållsskapande och stärka kundrelationer inom marknadsföringspraxis.

Det står klart att ChatGPT Plus inte fullt ut uppfyllde Herea Oy:s krav som textproducent i sin nuvarande form. Trots detta har verktyget visat sig ha en viss användning för företaget. Specifikt har det fungerat som en plattform för att bolla idéer för olika artiklar och innehållsstycken. Även om den genererade texten inte var direkt användbar i sitt ursprungliga skick, har processen att använda ChatGPT Plus gett insikt i potentiella ämnen och riktningar för företagets marknadsföringsinnehåll.

I den större bilden har detta arbete bidragit till att öka förståelsen för hur AI-verktyg som ChatGPT fungerar och vilka deras styrkor och begränsningar är. Genom att genomföra praktiska tester och reflektera över resultaten har vi fått en djupare inblick i hur dessa verktyg kan integreras i företags arbetsflöden och hur de kan bidra till att uppnå affärsmål. Även om ChatGPT Plus inte var den perfekta lösningen för Herea Oy i denna situation, har erfarenheten av att använda verktyget ökat kunskapen och insikten om dess potential och möjligheter för framtida tillämpningar.

Slutligen, när vi ser framåt, ser vi en ökande roll för AI-verktyg inom marknadsföring och textproduktion. Genom att fortsätta utforska och utveckla dessa verktyg kan företag som Herea Oy dra nytta av effektivare arbetsflöden och skapa mer engagerande och relevant innehåll för sina kunder. Med rätt användning och anpassning kan AI-verktyg som ChatGPT Plus bli viktiga resurser för att uppnå marknadsföringsmål och skapa starkare kundrelationer i framtiden.

## 5.5 Fortsatt forskning

För att fördjupa vår förståelse av användningen av avancerade språkmodeller som ChatGPT inom marknadsföring och vidareutveckla dess tillämpningar krävs det en kontinuerlig forskningsinsats. Nedan följer några områden där framtida forskning kan rikta in sig:

**Optimering av träningsdata:** En väsentlig del av att förbättra språkmodellens prestanda är att optimera och diversifiera träningsdatan. Forskningen kan undersöka vilka typer av träningsdata som mest effektivt motsvarar olika marknadsföringsbehov och hur man kan samla in och kategorisera dessa data för att förbättra modellernas förmåga att producera relevanta och anpassade texter för olika företag och branscher.

**Kontextförståelse och anpassning:** En utmaning ligger i att förbättra språkmodellernas förmåga att förstå och anpassa sig till specifika kontexter och företagsbehov. Forskningen kan fokusera på att utveckla avancerade algoritmer för kontextförståelse och anpassning, samt utforska bästa metoder för att integrera dessa algoritmer i språkmodellerna för att öka deras relevans och precision inom marknadsföringsområdet.

**Användarupplevelse och utvärdering:** För att bedöma effektiviteten och användbarheten av avancerade språkmodeller i praktiken är det nödvändigt att genomföra användarstudier och utvärderingar av användarupplevelsen. Forskningen kan arbeta med att utveckla metoder för att utvärdera användarnas reaktioner på genererade texter och identifiera eventuella brister eller förbättringsområden för att förbättra användbarheten och tillämpningen av språkmodellerna.

**Etiska och juridiska aspekter:** Trots att detta arbete inte direkt behandlade etiska och juridiska aspekter är det viktigt att notera att dessa utgör en central del av användningen av avancerade språkmodeller inom marknadsföring. Framtida forskning bör därför inkludera undersökningar om de etiska och juridiska implikationerna av att använda språkmodeller som ChatGPT för textproduktion inom marknadsföring. Detta kan omfatta frågor om integritet, dataskydd och ansvar, och bidra till utvecklingen av riktlinjer och ramar för en ansvarsfull och hållbar tillämpning av teknologin.

Genom att fortsätta att utforska dessa och andra områden kan framtida forskning bidra till att ytterligare förbättra och anpassa användningen av avancerade språkmodeller som ChatGPT för textproduktion inom marknadsföring. Detta kan leda till ökad effektivitet, relevans och användbarhet i marknadsföringspraxis samt bidra till en mer holistisk förståelse av de möjligheter och utmaningar som dessa teknologier medför.

## 6. Källor

- Arnott, B (13 sept 2023) *Yes, ChatGPT Saves Your Data. Here's How to Keep It Secure.* Hämtat från Forcepoint <https://www.forcepoint.com/blog/insights/does-chatgpt-save-data>
- Chintalapati, S., Pandey S. Artificial intelligence in marketing: A systematic literature review. Hämtat från International Journal of Market Research <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14707853211018428>
- Customgpt.ai (2024). Hämtat från <https://customgpt.ai/top-5-benefits-of-building-your-own-chatbot-for-your-business/>
- Flamand, S (3 jan 2024). *The Importance of Search Engine Optimization (SEO).* Alter Endeavours. Hämtad från <https://alterendeavors.com/search-engine-optimization-seo-importance/>
- Haleem, A., Javaid, M., Asim Qadri, M., Pratap Singh, R., Suman, R (7 sep 2022). Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study. International Journal of Intelligent Networks. Hämtat från ScienceDirect <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666603022000136>
- Herea Oy (2024). Hämtat från Herea <https://www.herea.fi/>
- Hookle (13 apr 2023) Hämtat från <https://www.hooke.net/post/how-to-turn-your-blog-posts-into-social-media-content>
- Hye, E (2023). Content Marketing Strategy for Affiliate Marketing E-Commerce Company in the Dutch market. Case: Bonusway Oy. Haaga-Helia University of Applied Sciences. Bachelor of Business Administration. Hämtad från [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/797251/Hye\\_Elke.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/797251/Hye_Elke.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Jasper AI (2024). Jasper vs ChatGPT. Hämtad från <https://www.jasper.ai/comparison/jasper-vs-chatgpt>
- Lindh, C., Andersson, P., von Platen, H., (2024). Metoddoktorn - vägledning för uppsatser och PM i företagsekonomi. Hämtad från <https://libguides.mdu.se/c.php?g=678062&p=4832296> & <https://libguides.mdu.se/c.php?g=678062&p=4832301>
- Microsoft Copilot (2024). Hämtad från <https://www.microsoft.com/en-us/bing?ep=466&form=MA13P3&es=31>
- OpenAI. (2024) Hämtad från <https://openai.com>

- OpenAI ChatGPT (2024). Hämtad från <https://chat.openai.com>
- PollThePeople, Fay, O. (20 jan 2023). The Impact of AI And Automation on Brand Identity Creation and Management. Hämtad från <https://pollthepeople.app/ai-and-brand-identity/>
- Rodríguez-Ibáñez, M., Casáñez-Ventura, A., Castejón-Mateos, F., Cuenca-Jiménez, P. (17 mar 2023). A review on sentiment analysis from social media platforms. Hämtad från <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0957417423003639>
- Simplilearn. (mar 21, 2024). ChatGPT Tutorial. Hämtad från <https://www.simplilearn.com/tutorials/chatgpt-tutorial/chatgpt-alternatives>
- Storm, D (nov 5 2022) *Vad är en målgrupp?* Norrlands Webbyrå. Hämtad från <https://norrlandswabbyra.se/vad-ar-en-malgrupp/>
- Vaughan-Nichols, S., Diaz, M., (5 apr 2024). ChatGPT vs. ChatGPT Plus: Is it worth the subscription fee? Hämtad från <https://www.zdnet.com/article/chatgpt-vs-chatgpt-plus-is-it-worth-the-subscription-fee/>
- Visua (2024). 5 Reasons Why Marketers Need Visual-AI. Hämtad från <https://visua.com/5-reasons-why-marketers-need-visual-ai>
- Wheeler, K (maj 10 2022) Brand Identity: *How to Develop a Unique & Memorable Brand in 2023*. Hubspot. Hämtad från <https://blog.hubspot.com/agency/develop-brand-identity#importance>
- ZDNet, Ortiz, S. (16 apr 2024). How to subscribe to ChatGPT Plus and why. Hämtad från <https://www.zdnet.com/article/how-to-subscribe-to-chatgpt-plus-and-why/>