Creare contenuti con l’intelligenza artificiale (IA) e’ diventato un aspetto sempre piu’ comune nelle strategie di marketing digitale delle aziende.

L’IA e’ in grado di generare testi, immagini, video e altro materiale multimediale personalizzato, rispondendo alle esigenze specifiche del pubblico di riferimento.

Indice dei contenuti

- La content strategy
- Il content marketing
- Come usare l’AI nella produzione di contenuti
- Quali regole seguire nell’uso dell’AI
- I contro nell’uso dell’AI per produrre contenuti
- Strumenti e tool per creare contenuti con l’AI

La content strategy

Prima di capire come è possibile impiegare l’intelligenza artificiale nella tua content strategy, facciamo una distinzione tra due termini che a volte vengono sovrapposti, o addirittura usati come sinonimi : il content marketing e la content strategy.



Se il vecchio concetto “content is king” è ancora valido, non può esistere un “re” se non ha un “regno”. Quindi, volendo usare questo tipo di paragone, se il re è il content marketing il suo regno è la content strategy.

La content strategy è la “strategia” che definisce come tutto il contenuto che andrai a creare, verrà inserito nei tuoi obiettivi di business e di marketing. In parole povere perché scriverai un articolo, o scatterai delle foto o produrrai un video? Con quale scopo, a cosa servirà tutto il materiale che produrrai ?

Una volta che hai chiarito quale sarà la tua strategia per i contenuti, dovrai integrarla con una pianificazione, che stabilisca tempi e modi in cui i tuoi contenuti verranno pubblicati.

Il content marketing

Ora possiamo occuparci della creazione del contenuto.
Il termine “content marketing” indica invece l’insieme dei contenuti prodotti a supporto del nostro marketing.

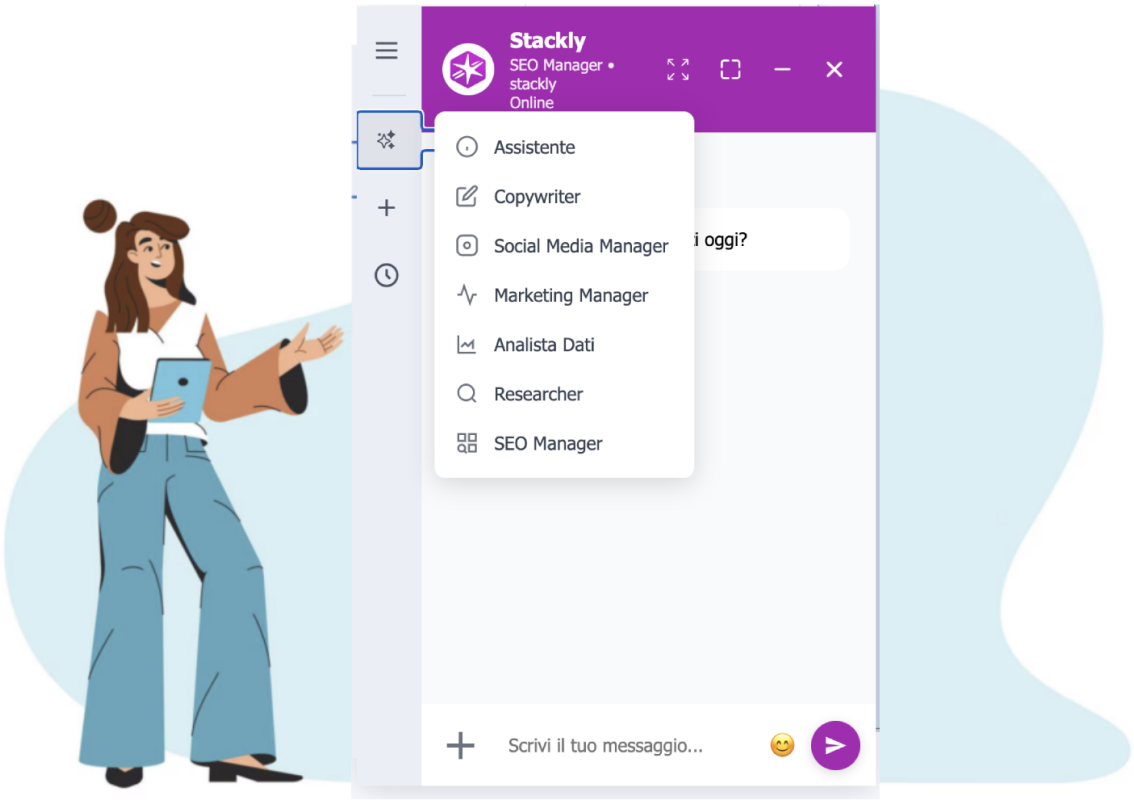
Un esempio semplice da capire : hai un’ enoteca, hai il tuo sito e-commerce che vende le bottiglie di vino, la tua content strategy deve prevedere di creare contenuti che possano “portare” clienti vecchi e nuovi a frequentare il tuo e-commerce, con lo scopo ultimo di essere sempre presente nella mente dei consumatori, in modo che quando questi devono acquistare il vino, possono subito pensare a te.

Per fare questo devi quindi usare i social network, in cui andrai a pubblicare i tuoi contenuti, che scriverai nel blog del tuo sito. Questo tipo di contenuti, dovranno essere scritti in modo da essere indicizzati dai motori di ricerca ed essere interessanti per il tuo pubblico di riferimento.

La mole dei contenuti da produrre potrebbe essere importante. La costanza nella produzione dei contenuti è fondamentale per coinvolgere il tuo pubblico, ma l’impegno continuativo potrebbe essere un problema.

Come usare l’AI nella produzione di contenuti

Per aiutarti nella produzione di questi contenuti, puoi usare l’intelligenza artificiale.



L’intelligenza artificiale puo’ essere utilizzata per creare articoli, blog post, descrizioni di prodotti, contenuti per i social, recensioni, annunci pubblicitari e molto altro.

Ad esempio, se vuoi creare contenuti per una campagna pubblicitaria, l’IA puo’ analizzare i dati demografici e le preferenze dei consumatori per creare annunci personalizzati che siano in linea con il target di riferimento.

Una delle principali sfide nell’utilizzo dell’IA per la creazione di contenuti e’ garantire che sia in linea con i valori e la voce del brand. L’intelligenza artificiale puo’ generare contenuti di alta qualita’, ma potrebbe mancare dell’elemento umano che rende i contenuti autentici e coinvolgenti. Pertanto, e’ importante trovare un equilibrio tra l’automazione e l’originalita’.

Quali regole seguire nell’uso dell’AI

Per creare contenuti con l’IA in modo efficace, e’ necessario anche capire le preferenze del pubblico di destinazione e monitorare i risultati ottenuti

Quando crei un contenuto usando di base l’AI devi :

- usare il giusto prompt per la tua richiesta : esistono migliaia di modi di impiego dell’AI, ma tutto parte da quello che chiedi e come lo chiedi
- non utilizzare l’intero contenuto restituito : se non si tratta di dati, elenchi o informazioni specifici, ma di un testo elaborato è il caso di non usarlo “cosi com’è”, ma come base per scrivere il tuo contenuto
- contestualizzare : se stai scrivendo un articolo devi usare l’AI in modo diverso di come verrà impiegata per scrivere un post

I contro nell’uso dell’AI per produrre contenuti

Uno strumento così potente come l’AI ha anche i suoi contro. Non entriamo nell’ambito etico dell’uso dell’intelligenza artificiale, perchè diamo per assunto che tu la userai nel giusto modo, ma ci limitiamo ad evidenziare i punti negativi che riguardano la semplice creazione del contenuto.

Il **contro principale** è quello già evidenziato nel paragrafo precedente. La possibilità di creare un testo che sia “**molto simile**” a qualcosa di già pubblicato.

Per chiarire perché potresti incorrere in questo problema, occorre spiegare il funzionamento di base dell’AI.

Semplificandolo al massimo, l’intelligenza artificiale interrogata attraverso il “**prompt**”, ossia quello che chiedi, scandaglia i suoi archivi , di fatto quasi tutto il contenuto già prodotto in rete, e restituisce, il risultato. Ora se chiedi l’elenco dei vincitori del festival di Sanremo del 2009, il risultato sarà solo uno , ma se chiedi “come scrivere una canzone di successo”, il risultato potrebbe essere diverso ad ogni richiesta.

La problematica risiede proprio nel “potrebbe”, perché l’AI è dotata di sistemi di

“**randomizzazione**” dei risultati, che però statisticamente, potrebbero restituirne anche due uguali. Ecco perchè è sempre consigliabile integrare i testi ricevuti con proprio materiale, soprattutto quando si scrive un articolo più lungo, come ad esempio per un blog.

Strumenti e tool per creare contenuti con l’AI

Per utilizzare l’AI bisogna necessariamente usare un **tool** creato per interfacciarsi con l’intelligenza artificiale.

OpenAi, la fondazione creata da **Elon Musk** ,Sam Altman e vari altri che ha poi prodotto l’ormai famoso **ChatGpt**, permette di lavorare anche direttamente con la piattaforma, ma è più utile usare i tanti tools già prodotti, che ti permettono di creare contenuti più velocemente.

Ad esempio l’uso dell’intelligenza artificiale integrata direttamente in piattaforme , progettate per la **creazione di articoli o di post per i social network**, o di contenuti ottimizzati in ottica seo e via dicendo.

I tools che sicuramente suscitano maggior interesse sono quelli che producono video, con avatar virtuali in grado di parlare in lingue diverse.

Il tools più famoso resta ChatGpt, direttamente gestito da OpenAi e sul quale si “appoggiano” diversi strumenti presenti sul mercato.

Oramai ci sono così tanti strumenti che impiegano l’AI che esiste anche una directory che ne raccoglie la maggior parte e che puoi consultare a questo indirizzo : aitoolsdirectory.com .

In conclusione, l’utilizzo dell’intelligenza artificiale per creare contenuti e’ diventato uno strumento prezioso per le aziende che vogliono raggiungere e coinvolgere il loro pubblico di riferimento in modo piu’ efficace. Tuttavia, e’ importante bilanciare l’automazione con l’autenticita’ e il coinvolgimento, al fine di creare contenuti di alta qualita’ che risuonino con il pubblico target. Con la giusta strategia e l’uso oculato dei dati, l’IA puo’ diventare un prezioso alleato nella creazione di contenuti di successo.