



جهانی سازی کسب و کار صنایع نساجی و توسعه صادرات پایدار با شناخت و بهره‌برداری از ابزارهای هوش مصنوعی

علیرضا فرخ نیا، دبیر انجمن نساجی و پوشاک استان یزد و مدیرعامل شرکت ایده گستر صنعت

۳-بازنویسی و ویرایش: در صورت نیاز، متخصص زبان بخش‌هایی از متن را بازنویسی می‌کند تا ترجمه روان‌تر، طبیعی‌تر و جذاب‌تر شود.

۴-کنترل کیفیت نهایی: پس از انجام تغییرات لازم، یک دوره‌ی بررسی نهایی انجام می‌شود تا اطمینان حاصل شود که ترجمه از تمام جنبه‌ها با کیفیت مطلوب است. به طور خلاصه، تضمین کیفیت زبان انسانی یک مرحله ضروری در فرآیند محلی‌سازی است که به اطمینان از کیفیت بالای ترجمه‌ها و ارتباط مؤثر با مخاطبان محلی کمک می‌کند. در ادامه به بیان مزیت‌های این ابزارهای نوین خواهیم پرداخت:

افزایش کارایی و سرعت

ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی مانند ترجمه بر پایه تفکر شبکه عصبی (قابل یادگیری به صورت خودکار) و پردازش برنامه نویسی عصبی کلامی (NLP) فرآیند بومی سازی فعالیت‌های بازاریابی را متحول کرده‌اند. این ابزار می‌تواند محتوای بازاریابی را به سرعت برای بخش‌های مختلف در سیستم ترجمه و تطبیق دهند و در نتیجه زمان گردش اطلاعات را به طور قابل توجهی کاهش دهند. به عنوان مثال، پلتفرم‌های تجارت الکترونیک جهانی از هوش مصنوعی برای بومی سازی (LOCALIZATION) توضیحات محصول، تبلیغات و پاسخ‌های پشتیبانی مشتری به طور آنی استفاده کرده‌اند. این سازگاری سریع به شرکت‌ها امکان می‌دهد چابک بمانند و فرصت‌های بازار را در زمان واقعی غنیمت بشمارند. ضمن اینکه بررسی بازخورد‌های مشتریان و داده کاوی آماری می‌تواند در تصمیم‌سازی کلان شرکت و تدوین رویکرد‌های استراتژیک بازاریابی مؤثر واقع گردد.

ارتقای ارتباط فرهنگی

نه تنها هوش مصنوعی در سرعت ارائه خدمات و تحلیل داده‌ها برتری دارد، حتی می‌تواند کیفیت زبانی انسانی در ارتباط فرهنگی و اصالت را نیز تضمین کند. ترجمه‌های خودکار گاهی اوقات ممکن است مترادف‌ها، اصطلاحات یا عبارات حساس به فرهنگ زبانی را درک نکنند. زبان‌شناسان در حوزه زبان انسان، برای تنظیم دقیق محتوا و اطمینان از تراز آن با آداب و رسوم، ارزش‌ها و رفتار مصرف‌کننده هر منطقه را

در دنیای متصل به هم امروز، شرکت‌ها به طور فزاینده‌ای به بومی سازی بازاریابی دیجیتال روی می‌آورند تا سیطره خود را بر بازارهای هدف بالقوه گسترش دهند و با مخاطبان متنوع ارتباط برقرار کنند. بومی سازی بازاریابی دیجیتال، که توسط هم‌افزایی هوش مصنوعی و تضمین کیفیت زبانی انسانی تقویت می‌شود، برای کسب‌وکارهای جهانی به یک نگاه نوین اما الزامی تبدیل شده است. با استفاده از کارایی هوش مصنوعی و دقت تخصص انسانی، شرکت‌ها می‌توانند ارزش پیشنهادی خود را به طور مؤثر در سراسر مرزهای فرهنگی و زبانی معرفی و جایگاه سازی نمایند. این رویکرد نه تنها رشد کسب‌وکار را هدایت می‌کند، بلکه ارتباطات معناداری را با مخاطبان متنوع تقویت می‌کند و موفقیت طولانی‌مدت را در بازار جهانی رو به رشد تضمین می‌کند که پیش از این بسیار هزینه بر و برای بسیاری از سازمان‌ها ناممکن بوده است. این ابزارها، با تغییر نگرش در برنامه عملیاتی، بازاریابی برای زبان‌ها، فرهنگ‌ها و ترجیحات خاص، کسب‌وکارها بازاریابی جدیدی را گشوده‌اند و تعامل عمیق‌تر با مشتری را قوت بخشیده‌اند. ادغام هوش مصنوعی و تضمین کیفیت زبانی انسانی در دستیابی به این نتایج نقش مهمی داشته است.

•طبیعی بودن زبان: هوش مصنوعی ممکن است ترجمه‌هایی تولید کند که از نظر دستور زبان صحیح باشند اما به نظر مصنوعی و غیرطبیعی بیایند. انسان‌ها می‌توانند با استفاده از دانش خود از زبان طبیعی، ترجمه‌ها را روان‌تر و جذاب‌تر کنند.

مراحل معمول در تضمین کیفیت زبان انسانی

۱-بازبینی ترجمه ماشینی: یک متخصص زبان، ترجمه تولید شده توسط هوش مصنوعی را به دقت بررسی می‌کند تا خطاهای دستور زبانی، املائی و واژگانی را شناسایی کند.

۲-تطبیق با فرهنگ و بافت: متخصص زبان در کنار مدیران ارشد کسب و کار و مطابق استراتژی‌های توسعه بازار شرکت، اطمینان حاصل می‌کند که ترجمه با فرهنگ و بافت متن اصلی همخوانی دارد و هیچ اصطلاح یا عبارتی وجود ندارد که ممکن است برای مخاطب هدف توهین‌آمیز یا نامفهوم باشد.

چرا تضمین کیفیت زبان انسانی اهمیت دارد؟
•دقت در ترجمه: هرچند هوش مصنوعی در ترجمه پیشرفت‌های قابل توجهی داشته است، اما هنوز هم ممکن است در ترجمه اصطلاحات تخصصی، عبارات پیچیده و تفاوت‌های ظریف زبان دچار خطا شود که بی‌شک تجربه‌هایی از این دست داشته ایم.

انسان‌ها با دانش عمیق خود از زبان، می‌توانند این خطاها را شناسایی و تصحیح کنند. و البته این روند با توجه به قابلیت‌های یادگیری هوش مصنوعی به سرعت تصحیح و در آینده نزدیک کم‌نقص خواهد شد.

•ارتباط فرهنگی: ترجمه صرف کلمات به زبان دیگر کافی نیست. یک ترجمه خوب باید فرهنگ، ارزش‌ها و بافت اجتماعی هدف را در نظر بگیرد. انسان‌ها با درک عمیق از فرهنگ‌های مختلف، می‌توانند اطمینان حاصل کنند که ترجمه به درستی فرهنگ مقصد را منعکس می‌کند.

شما نزدیکتر، سریعتر و مخرب‌تر خواهد بود که ۹ ماهه نخست بازار سال جاری موید عرض نگارنده می باشد. استدعای نویسنده این است که صاحبان کسب و کار در حوزه نساجی، حتماً پیشنه توجه را با بهر برادری از مدل‌های استاندارد جهانی نظیر مدل (کارت امتیازی متوازن BSC، نخست به توجه جدی و با برنامه و سرمایه گذاری در بخش آموزش و توانمند سازی خود و اعضای سازمان خود داشته باشند و در جذب و استخدام نیز به به کارگیری افراد مستعد در این حوزه همت گمارند. پس از این به اصلاح فرایندهای خود به بهره گیری متناسب از توان افراد و ابزارهای انتخاب شده و متناسب با توسعه کسب و کار خود پرداخته که در گام سوم منجر به ایجاد ارزش‌های جدید سازمانی، توسعه آگاهی از برند و تسری پیام برند به بازارهای جدید خواهد انجامید.

این سه گام استاندارد نهایی و با اجرای صحیح می‌تواند نوید بخش افزایش تاب آوری، و توان رقابت پذیری در کنار کسب سود پایدار، نقش پذیری در توسعه بازارهای صادراتی و افزایش تولید ناخالص ملی باشد. به هر روی سرفرازی ایران عزیز با آن همه استعداد ذاتی و نعمت خدا داد، بدون توجه به روندهای جهانی ناممکن بوده و ما ایرانیان فارغ از هر زنده باد و مرده باد، می‌توانیم رعایت و پیروی از الگوهای صحیح جهانی پیشران توسعه کشور و بخش فعال و تاثیر گذار در اقتصاد داخلی و جهانی باشیم و امیدوار باشیم که کارآمدی اجزای سیستم در اقتصاد کشور به افزایش و بهبود کارآمدی اقتصاد منجر شود.

نتیجه‌گیری

محلی سازی بازاریابی دیجیتال، که توسط هم‌افزایی هوش مصنوعی و تضمین کیفیت زبانی انسانی تقویت می‌شود، برای کسب و کارهای جهانی به یک بازی آفرینی استراتژی در توسعه فعالیت‌های یکپارچه بازاریابی تبدیل شده است. با استفاده از کارایی هوش مصنوعی در کنار دقت تخصص انسانی، شرکت‌ها می‌توانند ارزش پیشنهادی خود را به طور مؤثر در سراسر مرزهای فرهنگی و زبانی ارتباط دهند. این رویکرد نه تنها رشد کسب و کار را هدایت می‌کند، بلکه ارتباطات معناداری را با مخاطبان متنوع تقویت می‌کند و موفقیت طولانی مدت را در بازار جهانی رو به رشد تضمین می‌کند.

هنگامی که مشتریان با محتوایی به زبان مادری خود مواجه می‌شوند که معتبر تر و قابل درک تر به نظر می‌رسد، احتمال تعامل آن‌ها با برند بیشتر است. شرکت‌هایی که این استراتژی را پذیرفته‌اند، افزایش قابل توجهی در نرخ تبدیل، رضایت مشتری و درآمد را گزارش کرده‌اند. به عنوان مثال، سرویس‌های استریم چند ملیتی با بومی سازی ارتباط‌های کاربری، ایجاد زیرنویس برای محتوای ایجاد شده و کمپین‌های بازاریابی خود، افزایش قابل توجهی در افزایش مخاطب و پیگیری کننده (فالور) داشته‌اند. این روزها همه عزیزان باید تجربه‌های از این دست و دریافت پیام‌های روان و سلیس به زبان فارسی و از افراد غیر فارسی زبان از هند و چین تا ترکیه، اروپا و آمریکا در شبکه‌های اجتماعی داشته باشند که نوید بخش برداشته شدن سد ارتباطی میان زبان‌ها و فرهنگ هاست که می‌بایست بدون قضاوت آن را پذیرفت، شناخت و از قابلیت‌های آن هم زمان یا سریع‌تر از رقبای داخلی و خارجی بهره برد.

دغدغه و نگرانی نویسنده:

در بیست سال گذشته که با بیم‌ها و امیدها نظاره گر مسیر رشد و حرکت صنایع نساجی و پوشاک کشور بوده‌ام، همیشه این نکته من را آزرده است که نگاه‌های بلند مدت و پیروی از الگوهای صحیح و رایج کسب و کار جهانی نقطه مغفوله بسیاری از صنعتگران صنعت نساجی ایران زمین بوده است و هنوز عملیات فروش و بازاریابی ما عمدتاً از سازو کارهای سنتی بازار و فروش حجره محور و حاج آقایی بهره می‌برد.

این مهم باعث شده که در بسیاری از عرصه‌ها گوی رقابت را به رقبای خارجی واگذار کنیم و فرصت‌های صادراتی در بخش‌هایی از صنعت که مزیت ذاتی نیز داشته‌ایم (مانند صنعت فرش دستباف و ماشینی، زنجیره پلی استر از گرانول تا البسه، مد و مد اسلامی و...) توسط رقبا در چشم بر هم زدنی از ما ربوده شده است. نگارنده با امید فراوان به آینده یادآور می‌شود که در جهان پیش روی ما شناخت، تسلط و بهره‌برداری از ابزارها مبتنی بر هوش مصنوعی و یادگیری ماشین، حاکمان بازارهای آتی را مشخص خواهد کرد و به نوعی این مهارت سواد آینده زیست فردی و کسب و کار خواهد بود.

خطر سقوط در بازارها از آنچه در آینه می‌بینید به

مطالعه کرده و وارد عمل می‌شوند. این رویکرد ترکیبی، می‌تواند به ویژه برای برندهایی در صنایع مد، سرگرمی و غذا که در همه آنها ارتباط فرهنگی برای وفاداری مشتری یک امر کلیدی است، موفقیت‌آمیز بوده است.

به صرفه بودن

ترکیب هوش مصنوعی و قابلیت‌های انسانی، به عنوان یک راه حل استراتژیک مقرون به صرفه برای کسب و کارها ثابت شده است. هوش مصنوعی وظایف تکراری و ترجمه‌های انبوه را بر عهده می‌گیرد و هزینه‌های کلی را کاهش می‌دهد.

در همین حال، تضمین کیفیت بخش نیروی انسانی بر بررسی و تجزیه و تحلیل محتوای تبلیغاتی و درون سازمانی با رویکرد اولویت بندی، به مانند ارسال پیام برند و ایجاد کمپین‌های خلاقانه، متمرکز است.

این تعادل ایجاد شده به شرکت‌ها امکان می‌دهد بدون به خطر انداختن کیفیت کار خود، تلاش برای بومی سازی محتوای بازاریابی را با هزینه‌های بسیار پایین و سرعت بالا گسترش دهند.

بهبود سنو و دید بازار داخلی

تلاش‌های بازاریابی دیجیتال برای بازار هدف که توسط هوش مصنوعی تقویت می‌شوند، بهینه‌سازی موتور جستجو (سنو) را در چندین زبان مختلف بهبود بخشیده‌اند. ابزارهای هوش مصنوعی روندهای جستجو با رویکرد بومی سازی و کلمات کلیدی را تجزیه و تحلیل می‌کنند و محتوا مورد نظر را برای موتورهای جستجوی مورد استفاد در بازار هدف را بهینه می‌کنند. پس از آن نیروی متخصص زبان شناس پس از بررسی متون، اطمینان حاصل می‌کند که کلمات کلیدی بومی سازی شده به طور طبیعی در محتوا ایجاد شده قرار می‌گیرند. این رویکرد دوگانه بازدید آنلاین افراد از محتوای ایجاد شده را افزایش می‌دهد و حجم بازدید و بازدید کنندگان را به بخش مورد نظر هدایت می‌کند.

افزایش درآمد، ره‌آورد افزایش تعامل با مشتری قدرت ترکیبی هوش مصنوعی و تضمین کیفیت زبانی انسان‌ها به برندها کمک می‌کند تا اعتماد و ارتباط با مخاطبان بومی را ایجاد کنند.