



P  
A  
R  
C  
E  
R  
●

Prompt: Create for me a picture that represents  
creative growth marketing in the style of  
Salvador Dalí

P A  
R C E  
R ●

# CREATIVE GROWTH MARKETING AGENCY

Parcero bulletin

## AI-työkalut

**Parcero Bulletin** on nopea katsaus ajankohtaiseen, meitä kiinnostavaan aiheeseen, josta olemme käyneet sisäistä keskustelua. Materiaalit ovat sisäisten koulutusten esitysmateriaaleja ja siksi hyvin tiiviitä.

Mikäli olet kiinnostunut aiheesta enemmän, ota yhteyttä ja jutellaan!

# Viekö AI meidän työt?

- Tekoäly ei tule viemään markkinoijan työtä – ainakaan lähivuosina
- Tekoälyavusteinen markkinoija tulee varmasti jossain määrin viemään ei-tekoälyavusteisiin markkinoijan työt

# Tekoälyterminologiaa

- Narrow AI tai kapea tekoäly = kykenee tekemään tiettyä tehtävää tosi hyvin (esimerkiksi Deep Blue pelaamaan shakkia)
- AGI = Artificial General Intelligence = yleistekoäly, joka kykenee ihmisen tavoin tekemään useita erilaisia asioita
  - Tästä olemme vielä kaukana, ei tietoa, milloin saavutettavissa (josko koskaan – ehkä 2200-luvulla)
- Superhuman AGI = ihmistä huomattavasti kyvykkäämpi yleistekoäly (singularity = singulariteetti on piste, jossa tekoäly saavuttaa ja ohittaa ihmisen kyvyn)
- Conscious, sentient AI = tunteva, tiedostava tekoäly.
  - Ei ole mitenkään varmaa, tuleeko tekoälystä ikinä tietoisia (vrt. *Skynet begins to learn rapidly and eventually becomes self-aware at 2:14 a.m., EDT, on August 29, 1997 / Terminator*)
  - Emme ymmärrä tietoisuudesta vielä niin paljoa, että voisimme tietää, voiko tekoälystä ikinä tulla tietoisia

# Yleistä tekoälystä ja sen nykytasosta

- Deep learning = syväoppiminen
  - Esim. GPT-4 (Generative Pre-Trained Transformer, älä sekoita General Practice AI:hin)
  - Syväoppimiseen nojaavat tekoälyt “opetetaan” valtavalla määrällä dataa, mutta ne eivät silti aidosti tiedä tai ymmärrä kaikkia konsepteja, mistä niillä on dataa. Näiden toimintaa ei täysin voida ennustaa ja ymmärtää – siksi ChatGPT:n kanssa on tapahtunut paljon erikoisia tilanteita ja se antaa osin virheellistä tietoa.
  - Esimerkki: GPT-4 osaa valtavan määrän shakkisiirtoja, mutta ei ymmärrä niiden liittyvän peliin nimeltä shakki, jossa on pelinappuloita laudalla.
  - Syväoppimisella on rajoitteensa, sillä maailman datasetit eivät riitä!

Voiko syväoppinut järjestelmä  
olla aidosti luova?

Mitä on luovuus?

Minkä tasoista luovuutta  
markkinoinnissa tarvitaan?

Mikä sen rooli on?

# AI-työkaluja



# Digimarkkinointi

- [Seventh Sense](#)
  - *An AI email marketing campaign tool*
  - *Seventh Sense ensures your emails get delivered at the right time for each customer. The smart platform also helps with increasing email deliverability, which improves the sender score. Seventh Sense is designed to work with Hubspot and Marketo only.*
- [Amanda AI](#)
- [Smartly.io](#)
- [Madgicx](#)
  - Verkkokaupoille
- [Revealbot](#)

# Copywriting

- [ChatGPT](#)
  - Blogitekstit, artikkelit, sähköpostit, somejulkaisut, mainostekstit, tuotekuvaukset
- [Rytr](#)
  - Blogitekstit, sähköpostit, somejulkaisut, mainostekstit, tuotekuvaukset
- [Copy.ai](#)
  - Blogitekstit, sähköpostit, somejulkaisut, mainostekstit, tuotekuvaukset
  - Paras englanniksi
- [Regie.ai](#)
  - Myyntifokus
- [Grammarly](#)
  - Tarkistaa oikeinkirjoituksen englanninkielisestä tekstistä ja tarjoaa sujuvampaa kieltä

# Videotuotanto

- [Runway](#)
- [Synthesia](#)
- [Rephrase](#)
- [Waymark](#)
- [Kaiber](#)
  - Helppokäyttöinen “text to video” -tekoäly, voi esim. käyttää referenssinä brändikuvaa ja herättää sen eloon

# Kuvankäsittely

- [DALLE-2](#)
  - Ensimmäinen julkinen text-to-image -ohjelma, OpenAI:n kehittämä
- [Midjourney](#)
  - Käytetään [Discordissa](#)
- [Stable Diffusion](#)
- [Diagram](#)
  - Figma-integraatio löytyy
- [Dreamstudio](#)
  - Helppo selainpohjainen AI

Adoben oma Firefly tekee tuloaan.

# Audio

Puhesynteesi

Generatiivinen musiikki

Äänen prosessointi

- [Splitter](#)
  - Eristää ääniraitoja toisistaan
- [Lalala](#)
  - Eristää ääniraitoja toisistaan
- [Synthesia](#)
- [WellSaidLabs](#)
  - Muuttaa tekstin ääneksi

# Esimerkkejä, yleisiä havaintoja

# ChatGPT – yleisiä havaintoja

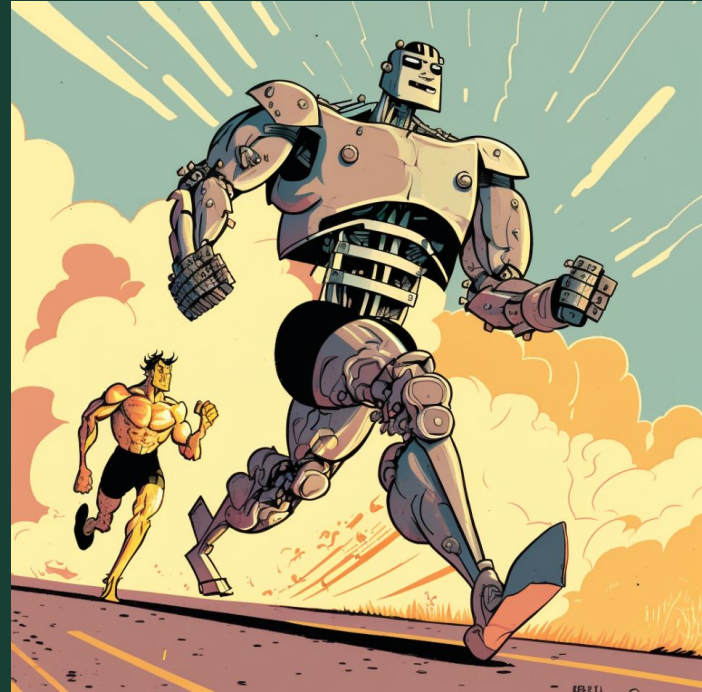
- Saatavia copyja ei välttämättä kannata käyttää sellaisenaan:
  - hae inspiraatiota, sanankäänteitä ja ideoita, mutta käytä harkintaa ennen kuin kopioit kokonaisia tekstejä sellaisenaan
- Muista eri tekstilajit:
  - somecopy, myyntipitch, runo jne.
- Jaksaa hinkata promptiasi, saat paremman lopputuloksen vaikkei siltä aluksi tunnu – toimivan promptin löytämiseen voi mennä alussa yllättävän paljon aikaa
- Pidempien, informatiivisten sisältöjen tuotto on erittäin sujuvaa ja varioivaa annettujen promptien mukaisesti, lyhyiden lasautusten löytäminen voi olla haastavampaa
- ChatGPT 3.5 vs. 4 – näillä melko suuri ero jo nyt

# Tekoäly vs. ihminen digimarkkinoinnin saralla

- Mainonnan optimointi ei ole pohjimmiltaan luovaa, eikä saisikaan olla
- Optimointi perustuu loputtomaan testaukseen – teoriassa mitä enemmän testaa, sitä lähemmäs optimaalisia tuloksia pääsee!
- Ihminen pystyy päivässä testaamaan vain hyvin rajallisen määrän asioita (esim. Amanda AI testaa jopa 115 441 200 muuttujan joukosta)

**Tekoäly tuo parempia tuloksia, vähemmällä työllä.**

Väistämättäkin se tulee olemaan iso osa jokaisen digimarkkinoijan työtä jo lähitulevaisuudessa.





# Ajatuksia suunnitteluun

- ChatGPT:tä hyödyntäen on nopeampaa kasata tietoa ja pureutua juuri niihin kysymyksiin, mihin haluaa (vrt. etsimällä verkosta eri sivuilta)
- Mahdolliset sudenkuopat: tiedon paikkansapitävyys, lähteiden puute
- Myös uutisten ja verkkosivujen tiivistys toimii, ainakin osittain

Visuaalisuus:  
kaikki on mahdollista, enää tarvitaan  
idea.



# Real world example



**Imagining  
a world of  
intricate  
lace-clad  
and floral.**











# KIITOS

[parcero.fi](http://parcero.fi) | [info@parcero.fi](mailto:info@parcero.fi) | +358 50 362 1744