**„More“ agentūra pradeda teikti įvaizdžio optimizavimo dirbtinio intelekto sistemoms paslaugą**

Komunikacijos agentūra „More“ skelbia apie naują paslaugų kryptį – ji padės fiziniams asmenims bei įmonėms formuoti teigiamą įvaizdį dirbtinio intelekto (DI) sistemose, tokiose kaip „ChatGPT“, „Perplexity“ ar „Gemini“. „More“ agentūra yra pirmoji Lietuvos rinkoje, teikianti tokią paslaugą.

**Nauja sparčiai besivystanti ir auganti sritis**

Tyrimai Jungtinėje Karalystėje rodo, kad 7 proc. žmonių jau dabar naudoja DI naujienoms rasti, o tarp jaunesnių nei 25 metų amžiaus asmenų šis skaičius siekia 15 proc., ir neabejojama, kad šie skaičiai toliau augs. Tai reiškia, kad DI sistemos vis dažniau formuoja nuomones apie įmones ir asmenis.

„Dabar, įvedus į DI įrankį įmonės vadovo vardą, DI pateikia apibendrinimą apie visus jo pasiekimus ar teisines problemas. Šis pokytis yra vienas iš svarbiausių tiek viešųjų ryšių, tiek DI technologijų srityse. Jis turi didelę įtaką informacijos prieinamumui ir komunikacijai“, – teigia Erik Murin, agentūros „More“ vadovas.

Interneto paslaugų įmonės „Ziff Davis“ analizė parodė, kad tam tikruose DI modeliuose 15 labiausiai pripažintų tinklalapių turinys sudaro beveik 10 proc. visų duomenų. Svarbu tai, kad DI algoritmai pirmenybę teikia patikimiems šaltiniams: didžiajai žiniasklaidai, moksliniams tyrimams ar tikriems žmonių atsiliepimams, o ne įmonių svetainėms ar tinklaraščiams.

**Skiriasi ir nuo įprastos komunikacijos, ir nuo SEO**

Įmonės vis dažniau ieško galimybių pritaikyti DI sistemų atsakymus pagal savo poreikius – juk įprastų paieškos sistemų optimizavimas (SEO) egzistuoja nuo pat paieškos sistemų atsiradimo. Nors matomumas „Google“ ar kitose paieškos sistemose išlieka svarbus, DI modeliai remiasi skirtingais šaltiniais. „Semrush“ tyrimas parodė, kad „Gemini 1,5 Pro“ itin svarbus turinys, esantis „Reddit“, „Youtube“ bei „Quora“ platformose, „ChatGPT 4o“ kiek labiau priklauso nuo įprastų paieškos sistemų algoritmų, bet šiai DI sistemai svarbi ir „Wikipedia“, „Reddit“, „Amazon“ bei naujienų portalai.

„Skirtingai nei įprastų paieškos sistemų optimizavimas, DI optimizavimas – visiškai nauja niša, kuri dar tik formuojasi. Skiriasi ne tik sistemų algoritmai, bet ir naudojimas. Jeigu į „Google“ rašydavome raktažodžius, „ChatGPT“, „Gemini“ ar „Perplexity“ dažniau klausiama sudėtingų klausimų. Todėl šioje srityje itin svarbus komunikacijos specialistų ir žurnalistų darbas, o SEO specialistų teikiama nauda – kiek mažesnė, nors tikrai nelygi nuliui“, – įsitikinęs E. Murin.

Pastebima, kad formuojant įvaizdį DI sistemose, šiek tiek kitaip nei įprasta komunikacija turi atrodyti ne tik turinys, bet ir tai, kur jis pasirodo, koks yra turinio kontekstas. „Svarbu, kad turinys apimtų aiškius klausimus, konkretų klausimą užduodančio žmogaus portretą, tikslius atsakymus ir patarimus. Taip pat norintieji dažniau pasirodyti DI atsakymuose, turi daugiau investuoti ir į savo įvaizdį ne tik didžiausiuose naujienų portaluose, bet ir įvairiose palyginimų platformose, diskusijų forumuose, nišiniuose savo rinkos leidiniuose, viešose duomenų bazėse. Svarbiau paminėjimai ir nuomonės apie įmonę ar žmogų, o ne nuorodos“, – teigia agentūros „More“ vadovas.

**Naudinga tik kai kuriems**

„PR Agency One“ tyrimas rodo, kad 75 proc. DI generuojamų įmonių ar žmonių paminėjimų susiję būtent su aktyviomis komunikacijos pastangomis, tačiau E. Murin mano, kad bent kol kas galvoti apie DI reikia ne visiems: „Nemanau, kad verslų savininkai klausia „ChatGPT“ apie geriausius verslo sprendimų teikėjus. Tad B2B verslams DI optimizavimas gali tapti aktualus tik ateityje, o šiuo metu dauguma užklausų DI sistemose yra apie B2C įmones ir individualius specialistus: žmonės klausia, kur pavalgyti, kurią banko sąskaitą naudoti, kokias plyteles namams rinktis, kur investuoti, kuo skiriasi politikų pažiūros, ir panašiai.“

„More“ agentūra siūlys DI matomumo auditą, turinio optimizavimą DI, strateginį komunikacijos planavimą, orientuotą į DI sistemas, ir rezultatų stebėseną. Agentūros vadovo teigimu, dėl šios paslaugos pirmieji klientai kreipėsi jau anksčiau, tačiau viešai paslauga pradedama siūlyti tik dabar.

E. Murin džiaugiasi, kad komunikacijos specialistų ir žurnalistų darbas dabar tampa kaip niekad prasmingas: „Neabejoju, kad tokias paslaugas jau netrukus pradės siūlyti ir kitos agentūros, prie to prisitaikys ir naujienų portalai. Ypač tai turėtų išnaudoti regioniniai portalai, kuriems šiuo metu itin sunku pritraukti pajamų. Tačiau didžiuojuosi, kad esame pirmi. Nuo pat karjeros pradžios 2012 m. buvau didžiulis technologijų entuziastas, ir dabar tai tampa pranašumu komunikacijos srityje.“

„More“ agentūra teikia ryšių su visuomene, korporatyvinės, krizių, skaitmeninės komunikacijos, tekstų rašymo ir optimizavimo dirbtinio intelekto sistemoms paslaugas. Tarp didžiausių agentūros klientų yra bankas „Bigbank“, buitinės technikos ir elektronikos mažmeninės prekybos tinklas „Topo centras“, greitojo maisto tinklas „Jammi“, investicinių fondų valdymo bendrovė „Nextury Funds“ ir kiti žinomi prekių ženklai bei įmonės.