

Ky dokument nuk është prova. Prova janë bajtët e ruajtur: HTML-ja e faqes, pamja e saj, dhe zinxhiri i hash-eve që i lidh. Kjo dëshmi është paraqitja e tyre, e prodhuar automatikisht. Verifikohet me kodin më poshtë **pa na pyetur ne**.

ARTIKULLI

TITULLI	ChatGPT po përgatit reklama vizuale pranë imazheve të krijuara nga inteligjenca artificiale
ADRESA	https://albeu.com/teknologji/chatgpt-po-pergatit-reklama-vizuale-prane-imazheve-te-krijuara-nga-inteligjenca-artificiale/1041855/
BURIMI	albeu.com
GJENDJA	online

KOHA

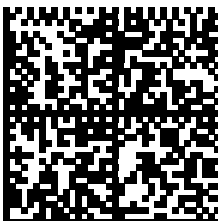
KAPUR NGA NE	6 tetor 2026, 05:35:24 UTC <i>Dritarja jonë e pasigurisë: ± 300 s — intervali me të cilin e kontrollojmë këtë burim.</i>
DEKLARUAR NGA PORTALI	6 tetor 2026, 05:25:41 UTC <i>Koha e deklaruar vjen nga pala që po vlerësohet. Ora jonë nuk preket prej saj, dhe të dyja shfaqen këtu të ndara.</i>

HASH-ET · SHA-256

PËRMBAJTJA	feb8bd86911e861e7e19cce09c85402b337715b4b2eea42ef93ed29ece98fdd6
TEKSTI	b9496ebae54842261d8d433cf0385201adc411330b9dca77712241bb44fb6b8b
PAMJA	5079d1399bd894ec4f0080292a5d1bce993dba2978e52e1f776f050cff3dee56

ZINXHIRI I PROVËS

KJO HYRJE	284ac269c1d0e621b0d065dbc287d6712d2df46e40d2920bf6fe9c8e09b7e8de
E MËPARSHMJA	—
RRËNJA MERKLE	—
ANKORIMI	nuk është ankoruar ende <i>Kjo hyrje nuk është përfshirë ende në asnjë pemë Merkle të dërguar. Zinxhiri i hash-eve provon rendin dhe integritetin; koha jo.</i>



SKANOJE PËR TA VERIFIKUAR

Kodi të nxjerr te eksploruesi i STAMLES. Ai regjistër nuk është yni: nëse serveri ynë bie nesër, vula mbetet aty ku është.

Faqja tregon njërën nga tri gjendjet — **nuk u gjet**, **në radhë**, ose **e konfirmuar** me bllokun, rrënjën Merkle dhe transaksionin në Polygon. Krahazo hash-in që gjen atje me atë të shtypur më lart: nëse përputhen, kjo kapje ekzistonte para asaj ore, dhe ne nuk mund ta kishim ndryshuar pas saj.

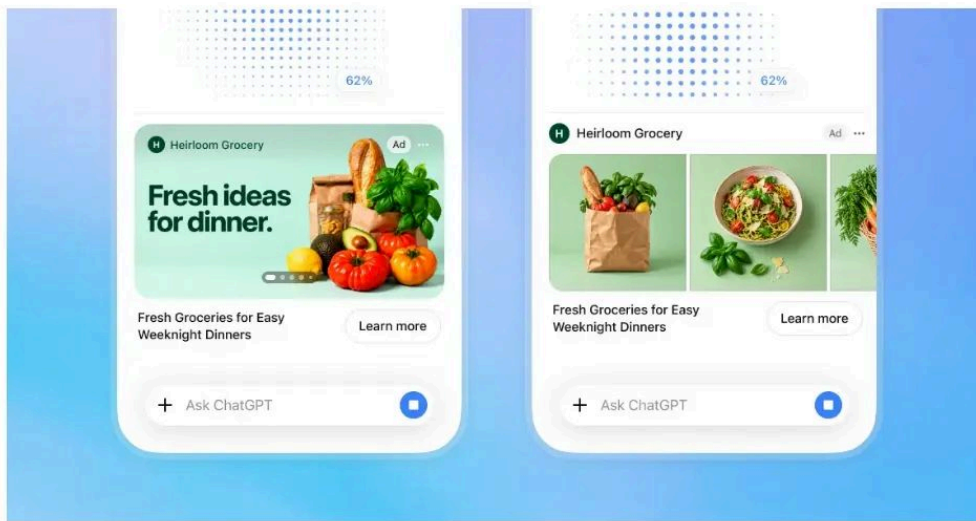
<https://scan.stamles.eu/verify/284ac269c1d0e621b0d065dbc287d6712d2df46e40d2920bf6fe9c8e09b7e8de>

PAMJA E FAQES

Renderuar nga HTML-ja jonë e ruajtur, jo nga rrjeti. **Riprodhon kopjen tonë, jo pamjen e atëhershme:** stilet dhe imazhet e largëta mund të mos ekzistojnë më ose të kenë ndryshuar.

Motori: chromium-stored+assets · dritarja 1280×1024 px

ChatGPT po përgatit reklama vizuale pranë imazheve të krijuara nga inteligjenca artificiale



OpenAI pritet të nisë një format të ri reklamimi në ChatGPT, ku materialet promocionale vizuale do të vendosen pranë imazheve të gjeneruara me inteligjencë artificiale.

Shfaqja e këtyre reklamave është planifikuar të fillojë gjatë këtij muaji në **Shtetet e Bashkuara**, fillimisht me një numër të kufizuar reklamuesish që do të marrin pjesë në testim.

Kompania deklaron se reklamata do të identifikohen në mënyrë të qartë dhe nuk do të kenë ndikim në përgjigjet që modeli u jep përdoruesve.

Një format i ri pranë imazheve të gjeneruara

Formati i ri është menduar kryesisht për markat që përdorin pamjet vizuale për të promovuar mallrat ose shërbimet e tyre.

Kështu, një përdorues që i kërkon ChatGPT të krijojë një imazh mund të shohë pranë rezultatit edhe një reklamë të veçantë, e dallueshme nga përmbajtja e prodhuar nga inteligjenca artificiale.

Me këtë hap, OpenAI synon të shkojë përtej reklamave klasike me tekst dhe t'u ofrojë kompanive mundësi të reja ekspozimi në një platformë ku përdoruesit krijojnë dhe shohin gjithnjë e më shumë përmbajtje vizuale.

Në rast se modeli shtrihet edhe në tregjet ndërkombëtare, markat mund të kenë mundësi të arrijnë një pjesë të audiencës së madhe javore të ChatGPT.

Burim i ri të ardhurash për paketat pa pagesë

Eksperimentet e OpenAI me reklamata nisën më herët gjatë këtij viti dhe lidhen kryesisht me financimin e versioneve falas dhe planeve më të lira të ChatGPT.

të fundit /



Francë, protesta për arsimin zgjerohet dhe sindikatat përballen ...



Njihuni me parashikimin e motit për sot! Ja sa do të jenë temperaturat



Parashikimi i horoskopit 6 tetor, ja çfarë kanë rezervuar yjet për ju sot



ChatGPT po përgatit reklama vizuale pranë imazheve të krijuara...



TikTok sjell blerjet me AI dhe pagesën me një klikim pa dalë nga...



Reflection AI nxjerr Beam, modelin e hapur që synon të konkurroj...



Dellova dhe Krasniqi kryesojnë statistikën e rikuperimeve në Ligë...



ARTIKULL JOETIK?

Esim for Global | Esim for Europe | Esim for Caribbean | Esim for USA | Esim for Italy | Esim for Spain | Esim for Turkey | Esim for Germany | Esim for Greece | Esim for Asia | Esim for World Cup 2026 | Esim for Saudi Arabia | Esim for Egypt | Esim for United Arab Emirates | Esim for Balkans | Esim for Morocco | Esim for China | Esim for United Kingdom | Esim for Africa | Esim for Latin America | Esim for GCC Gulf Cooperation Council | Esim for Middle East | Esim for South America | Esim for Canada | Esim for Mexico | Esim for Japan | Esim for Albania | Esim for Kosovo | Esim for Switzerland | Esim for Tunisia | Esim for South Africa | Esim for Algeria | Esim for Portugal | Esim for Brazil | Esim for Argentina | Esim for Colombia | Esim for Hong Kong | Esim for Thailand | Esim for Macau | Esim for Malaysia | Esim for Vietnam | Esim for South Korea | Esim for Austria | Esim for Netherlands | Esim for Australia | Esim for Russia | Esim for India | Esim for Chile | Esim for Peru | Esim for Poland | Esim for North Macedonia | Esim for Sweden | Esim for Finland | Esim for Norway | Esim for Belgium

Përmes kësaj qasjeje, kompania kërkon të krijojë të ardhura edhe nga përdoruesit që nuk paguajnë për abonimet premium.

Megjithatë, shtimi i reklamave mund të ndryshojë përvojën e përdorimit. Për disa përdorues, kjo mund të shërbejë si nxitje për të kaluar në një abonim pa reklama.

Investime në matjen e rezultateve

Krahas reklamave vizuale, OpenAI po ndërton edhe një sistem më të gjerë për të vlerësuar efektin e fushatave reklamuese.

Për matjen e klikimeve dhe analizimin e performancës së marketingut, kompania ka zgjeruar bashkëpunimin me platforma të specializuara si **AppsFlyer, Triple Whale, Adjust, DV Rockerbox, Northbeam, Branch, Singular, Kochava, Airbridge dhe Tenjin**.

OpenAI po punon gjithashtu me **Fospha, Measured dhe INCRMNTAL** për analiza më të plota të ciklit të marketingut.

Synimi i këtyre mjeteve është të përcaktojnë nëse një reklamë ka sjellë vetëm klikime apo nëse ekspozimi ndaj saj ka ndikuar në një blerje ose në ndonjë rezultat tjetër të matshëm për biznesin.

Testime në tregje të ndryshme

Për të kuptuar ndikimin konkret të reklamave, OpenAI ka lidhur partneritete edhe me **Haus, Measured dhe WorkMagic**, me fokus te eksperimentet e bazuara në ndarjen gjeografike.

Këto prova u mundësojnë kompanive të krahasojnë tregje të ndryshme dhe të vlerësojnë nëse reklamën në ChatGPT sjellin rritje reale të shitjeve ose të angazhimit.

Një matje e tillë është veçanërisht e rëndësishme për reklamuesit e mëdhenj, të cilët duan të dinë nëse investimi në një platformë të re prodhon rezultate konkrete dhe jo vetëm trafik apo klikime.

Mbrojtja e imazhit të markave

Një pjesë tjetër e planit lidhet me konceptin "**brand suitability**", që në industrinë e reklamave nënkupton vlerësimin nëse përmbajtja pranë së cilës vendoset një reklamë përputhet me imazhin e një marke.

Për këtë aspekt, OpenAI po bashkëpunon me **DoubleVerify dhe Integral Ad Science**, kompani të njohura për verifikimin e reklamave.

Platformat përkatëse do t'u japin reklamuesve më shumë informacion mbi natyrën e përmbajtjes pranë reklamave dhe do t'i ndihmojnë të shmangin kontekste që mund të konsiderohen të papërshtatshme.

ChatGPT po merr rol edhe në tregun e reklamave

Zhvillimet e fundit tregojnë se OpenAI po e pozicionon ChatGPT jo vetëm si një shërbim të inteligjencës artificiale, por edhe si një kanal të qëndrueshëm reklamimi.

Për kompaninë, sfida kryesore mbetet ruajtja e ekuilibrit mes të ardhurave nga reklamën dhe një eksperience të pranueshme për përdoruesit.

OpenAI thekson se reklamën do të funksionojnë të ndara nga përgjigjet e ChatGPT dhe se reklamuesit nuk do të mund të ndikojnë në përmbajtjen e përgjigjeve të gjeneruara nga modeli.

Nëse kjo strategji rezulton e suksesshme, reklamën vizuale pranë imazheve të krijuara me AI mund të shndërrohen në një burim të rëndësishëm të ardhurash për kompaninë, ndërsa ajo përpiqet të përballojë kostot e larta të zhvillimit dhe funksionimit të sistemeve të inteligjencës artificiale. /GazetaExpress/

Shtuar më 6.10.2026 07:25

Tags: [AutoTech](#)



