المحاضرة 11: التسويق عبر الذكاء الاصطناعي (AI Marketing)

أولا :تعريف التسويق عبر الذكاء الاصطناعي(AI Marketing)

-

- التسويق عبر الذكاء الاصطناعي (AI Digital Marketing) هو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لتحليل البيانات، فهم سلوك العملاء، وتنفيذ استراتيجيات تسويقية فعّالة. يهدف إلى تحسين تجربة المستخدم، تخصيص المحتوى، وأتمتة العمليات التسويقية لتحقيق أقصى عائد على الاستثمار.

حيث يعتمد يعتمد على تقنيات مثل معالجة اللغة الطبيعية(NLP) ، التعلم الآلي(Machine Learning) ، وروبوتات الدردشة (Chatbots) لتقديم خدمات تسويقية ذكية تتفاعل مع العملاء بشكل أكثر دقة وفعالية.حيث يتم الدمج بين التكنولوجيا وتحليل البيانات لتوفير حلول مبتكرة تلبي احتياجات الأسواق المتغيرة باستمرار.

ثانيا: عناصرومكونات التسويق عبر الذكاء الاصطناعي

.1تحليل البيانات الضخمة:(Big Data)

- الذكاء الاصطناعي يساعد في جمع وتحليل كميات هائلة من البيانات بسرعةمما يمكن للمسوقين استخدام هذه التحليلات لفهم سلوك العملاء، تحديد الاتجاهات، وتوقع الاحتياجات.

.2تخصيص التجربة:(Personalization)

- الذكاء الاصطناعي يساعد في تقديم محتوى مخصص بناءً على سلوك وتفضيلات كل عميل.مثال على ذلك
  - توصيات المنتجات على منصات التجارة الإلكترونية مثل.Amazon
  - محتوى مخصص في البريد الإلكتروني بناءً على تاريخ الشراء.

.3التسويق التنبؤي:(Predictive Marketing)

- التنبؤ بالاتجاهات والسلوكيات المستقبلية للعملاء مثل :
  - تحليل البيانات لمعرفة الوقت المناسب لإطلاق حملات تسويقية.
  - التنبؤ بمعدل التخلي عن السلة (Cart Abandonment) ومحاولة استعادة العملاء.

.4روبوتات الدردشة:(Chatbots)

حيث يتم استخدام روبوتات مدعومة بالذكاء الاصطناعي للتفاعل مع العملاء على مدار الساعةمما يوفر الدعم الفوري، تحسين تجربة العملاء، وزيادة معدل التحويلات.

أولا :تعريف التسويق عبر الذكاء الاصطناعي(AI Marketing)

-

- التسويق عبر الذكاء الاصطناعي (AI Digital Marketing) هو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لتحليل البيانات، فهم سلوك العملاء، وتنفيذ استراتيجيات تسويقية فعّالة. يهدف إلى تحسين تجربة المستخدم، تخصيص المحتوى، وأتمتة العمليات التسويقية لتحقيق أقصى عائد على الاستثمار.

حيث يعتمد يعتمد على تقنيات مثل معالجة اللغة الطبيعية(NLP) ، التعلم الآلي(Machine Learning) ، وروبوتات الدردشة (Chatbots) لتقديم خدمات تسويقية ذكية تتفاعل مع العملاء بشكل أكثر دقة وفعالية.حيث يتم الدمج بين التكنولوجيا وتحليل البيانات لتوفير حلول مبتكرة تلبي احتياجات الأسواق المتغيرة باستمرار.

ثانيا: عناصرومكونات التسويق عبر الذكاء الاصطناعي

.1تحليل البيانات الضخمة:(Big Data)

- الذكاء الاصطناعي يساعد في جمع وتحليل كميات هائلة من البيانات بسرعة.مما يمكن للمسوقين استخدام هذه التحليلات لفهم سلوك العملاء، تحديد الاتجاهات، وتوقع الاحتياجات.

.2تخصيص التجربة:(Personalization)

- الذكاء الاصطناعي يساعد في تقديم محتوى مخصص بناءً على سلوك وتفضيلات كل عميل.مثال على ذلك
  - توصيات المنتجات على منصات التجارة الإلكترونية مثل.Amazon
  - محتوى مخصص في البريد الإلكتروني بناءً على تاريخ الشراء.

.3التسويق التنبؤي:(Predictive Marketing)

- التنبؤ بالاتجاهات والسلوكيات المستقبلية للعملاء مثل :
  - تحليل البيانات لمعرفة الوقت المناسب لإطلاق حملات تسويقية.
  - التنبؤ بمعدل التخلي عن السلة (Cart Abandonment) ومحاولة استعادة العملاء.

.4روبوتات الدردشة:(Chatbots)

حيث يتم استخدام روبوتات مدعومة بالذكاء الاصطناعي للتفاعل مع العملاء على مدار الساعة.مما يوفر الدعم الفوري، تحسين تجربة العملاء، وزيادة معدل التحويلات.

.5تحسين الحملات الإعلانية:

حيث يستخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين إعلانات الدفع مقابل النقرة (PPC) من خلال:

- اختيار الجمهور الأنسب.
- تعديل المزايدات تلقائيًا لتحقيق أفضل النتائج.
- تحليل أداء الحملات باستمرار لتحسينها.

6 .أتمتة العمليات التسويق:(Marketing Automation)

حيث يقوم الذكاء الاصطناعي يمكنه إدارة العمليات التسويقية تلقائيًا، مثل إرسال رسائل البريد الإلكتروني أو جدولة المنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي.

ثالثا: مزايا التسويق عبر الذكاء الاصطناعي

- **تحسين الكفاءة:**يوفر الوقت والموارد من خلال أتمتة المهام.
- **زيادة دقة الاستهداف:** الذكاء الاصطناعي يعالج البيانات لتحديد الجمهور الأنسب.
- **تقليل التكاليف:**تحسين إدارة الحملات الإعلانية لتجنب إهدار الميزانية.
- **تحسين تجربة العملاء:**توفير محتوى مخصص وخدمات فورية.
- **الابتكار والإبداع:**استخدام AI لابتكار حملات تسويقية فريدة.

رابعا :أهمية الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي

- **تسريع اتخاذ القرارات:** حيث ان الذكاء الاصطناعي يحلل البيانات بسرعة ويدعم اتخاذ القرارات التسويقية بناءً على المعلومات.
- **تحسين تجربة العملاء: من خلال** تقديم محتوى وخدمات مخصصة وفقًا لسلوك واهتمامات المستخدمين.
- **زيادة الكفاءة: من خلال** أتمتة المهام المتكررة مثل الرد على الرسائل أو جدولة المنشورات