

استخدامات الذكاء الاصطناعي في
التسويق – الجزء الثاني
AI-Driven Marketing – Part 2





نظرة عامة على استراتيجيات التسويق الرقمي المدعومة من الذكاء الاصطناعي

Overview of AI-Powered Digital Marketing Strategies

1. التخصيص على نطاق واسع

تمكن الذكاء الاصطناعي المسوقين من تقديم تجارب مخصصة لملايين العملاء في وقت واحد ، مما يحسن معدلات المشاركة والتحويل.

2. التحليلات التنبؤية

استفد من الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بالاتجاهات وسلوك العملاء وأداء الحملة ، مما يسمح بإجراء تعديلات استباقية على الإستراتيجية.

نظرة عامة على استراتيجيات التسويق الرقمي المدعومة من الذكاء الاصطناعي

Overview of AI-Powered Digital Marketing Strategies

3. اتخاذ القرار الآلي

يمكن للأنظمة التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي اتخاذ قرارات في الوقت الفعلي بشأن مواضيع الإعلانات وتوصيات المحتوى وتخصيص الميزانية للحصول على أفضل النتائج.

4. رؤى محسنة للعملاء

استخدم الذكاء الاصطناعي لتحليل كميات هائلة من البيانات ، والكشف عن رؤى عميقة حول تفضيلات العملاء وسلوكياتهم واحتياجاتهم.

أمثلة على الحملات الناجحة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي

Examples of Successful AI-Driven Campaigns

توضح دراسات الحالة هذه قوة الذكاء الاصطناعي في تحقيق أهداف التسويق وتوفير الإلهام لاستراتيجياتك الخاصة :

1. توصيات Netflix المخصصة

أسهمت طريقة اقتراح المحتوى بواسطة الذكاء الاصطناعي في تعزيز تفاعل المستخدمين وزيادة معدل احتفاظهم.

أمثلة على الحملات الناجحة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي

Examples of Successful AI-Driven Campaigns

2. سبوتيفاي اكتشف أسبوعيًا

تأثير قوائم التشغيل المنسقة الذكاء الاصطناعي على رضا المستخدمين ونمو النظام الأساسي.

3. توصيات منتجات أمازون

دور الذكاء الاصطناعي في دفع البيع العابر والبيع الإضافي على منصة التجارة الإلكترونية.

4. التسويق المخصص لستاربكس

كيف أدت رؤية العملاء المستندة إلى الذكاء الاصطناعي إلى عروض ترويجية مستهدفة وزيادة المبيعات.

دمج الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات التسويق الحالية

Integrating AI into Current Marketing Strategies



سنستكشف كيفية تحديد فرص التنفيذ الذكاء الاصطناعي ودمج هذه التقنيات
بسلسلة في مهام سير العمل الحالية :

1. تقييم الاستراتيجيات الحالية

قم بتقييم مناهجك التسويقية الحالية وحدد المجالات التي يمكن أن تستفيد
من تحسين الذكاء الاصطناعي.

2. اختر الحلول الذكاء الاصطناعي

حدد أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي المناسبة التي تتوافق مع أهدافك وغاياتك التسويقية.

دمج الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات التسويق الحالية

Integrating AI into Current Marketing Strategies



سنستكشف كيفية تحديد فرص التنفيذ الذكاء الاصطناعي ودمج هذه التقنيات
بسلسلة في مهام سير العمل الحالية :

3. التنفيذ والاختبار

ادخل تدريجيا الحلول التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي في عمليات التسويق الخاصة
بك ، واختبر فعاليتها على طول الطريق.

4. التحسين والتوسع

بناء على النتائج ، قم بتحسين استراتيجياتك المتكاملة الذكاء الاصطناعي

وتوسيع استخدامها عبر جهودك التسويقية.

الذكاء الاصطناعي في تخطيط رحلة العميل

AI in Customer Journey Planning

فوائد تخطيط الرحلة المدعوم الذكاء الاصطناعي وتأثيره على استراتيجيات التسويق :

1. وعي : الذكاء الاصطناعي يحلل البيانات لتحديد العملاء المحتملين وتفضيلاتهم ، مما يتيح حملات التوعية المستهدفة.

2. نظر : توصيات المحتوى المخصصة واقتراحات المنتجات استنادا إلى رؤى تعتمد على الذكاء الاصطناعي.

3. مقرر : تقوم روبوتات المحادثة التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي والمساعدين الافتراضيين بتوجيه العملاء خلال عملية صنع القرار.

4. الاحتفاظ : تساعد التحليلات التنبؤية في تحديد العملاء المعرضين للخطر

واقترح استراتيجيات الاحتفاظ.

إعداد حملة تسويق رقمي مع الذكاء الاصطناعي Setting Up a Digital Marketing Campaign with AI

سنتعرف على عملية إعداد حملة تسويق رقمية باستخدام أدوات تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي.

سنركز على استخدام ChatGPT أو أي أداة GenAI كمثال ، مع توضيح كيفية الاستفادة من الذكاء الاصطناعي لإنشاء الحملات وإدارتها وتحسينها.

1. أهداف الحملة :

حدد أهدافًا ومؤشرات أداء رئيسية واضحة لحملتك التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي.



إعداد حملة تسويق رقمي مع الذكاء الاصطناعي

Setting Up a Digital Marketing Campaign with AI

2. تقسيم الجمهور: استخدم الذكاء الاصطناعي لإنشاء شرائح جمهور مفصلة تعتمد على البيانات.
3. اختيار القناة : دع الذكاء الاصطناعي يوصي بالقنوات الأكثر فعالية لحملتك.
4. إنشاء المحتوى: استفد من الأدوات التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي للتفكير في المحتوى و تحسينه



خطوات مهمه لإعداد حملة تسويق رقمي باستخدام الذكاء الاصطناعي باستخدام ChatGPT

Key Steps for Setting Up a Digital Marketing Campaign Using ChatGPT

أهداف الحملة:

- ابدأ بتحديد أهداف واضحة ومؤشرات أداء رئيسية KPIs لحملة التسويق الرقمي التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي.
- يمكن أن يشمل ذلك زيادة حركة المرور على موقع الويب أو توليد العملاء المحتملين أو زيادة المشاركة أو تحسين التحويلات.
- تأكد من أن مؤشرات الأداء الرئيسية محددة وقابلة للقياس ، مثل معدلات التحويل المستهدفة أو عائد الاستثمار أو معدلات النقر إلى الظهور.



خطوات مهمه لإعداد حملة تسويق رقمي باستخدام الذكاء الاصطناعي باستخدام ChatGPT

Key Steps for Setting Up a Digital Marketing Campaign Using ChatGPT

تقسيم الجمهور:

- استخدم ChatGPT للمساعدة في تحليل بيانات العملاء الحالية وإنشاء شرائح جمهور مفصلة تعتمد على البيانات.
- يمكن أن تساعد ChatGPT في تحديد الأنماط السلوكية الرئيسية والتركيب السكانية وسلوكيات الشراء السابقة لاقتراح شرائح محددة للغاية مثل المشترين المتكررين أو المتخلفين عن سلة التسوق أو المستخدمين ذوي المشاركة العالية ، مما يضمن أن الرسائل مستهدفة وذات صلة بكل مجموعة .

خطوات مهمه لإعداد حملة تسويق رقمي باستخدام الذكاء الاصطناعي باستخدام ChatGPT

Key Steps for Setting Up a Digital Marketing Campaign Using ChatGPT

إنشاء المحتوى:

- استفد من ChatGPT للتفكير في المحتوى وتحسينه.
- استخدم الذكاء الاصطناعي لإنشاء إصدارات متعددة من العناوين أو منشورات المدونة أو نسخة البريد الإلكتروني أو محتوى الوسائط الاجتماعية المخصص لكل شريحة جمهور.
- يمكن أن يساعد ChatGPT أيضا في إنشاء محتوى صديق لكبار المسؤولين الاقتصاديين ، واقتراح الكلمات الرئيسية ، وتقديم توصيات لهيكل المحتوى الخاص بك لتحقيق أقصى قدر من التأثير .



خطوات مهمه لإعداد حملة تسويق رقمي باستخدام الذكاء الاصطناعي باستخدام ChatGPT

Key Steps for Setting Up a Digital Marketing Campaign Using ChatGPT

اختيار القناة:

- اطلب من ChatGPT التوصية بالقنوات الأكثر فعالية لحملتك.
- يمكن ل ChatGPT تحليل اتجاهات الصناعة وبيانات الحملة السابقة وسلوك الجمهور لاقتراح المزيج الأمثل من القنوات ، مثل التسويق عبر البريد الإلكتروني أو وسائل التواصل الاجتماعي أو إعلانات Google أو الأنظمة الأساسية الأخرى ، مما يضمن وصولك إلى جمهورك المستهدف بشكل فعال وتحقيق أهداف حملتك .

أفضل الممارسات للحملات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي

Best Practices for AI-Driven Campaigns

أفضل الممارسات الأساسية لتشغيل حملات تسويقية ناجحة تعتمد على الذكاء الاصطناعي:

- جودة البيانات أمر بالغ الأهمية : تأكد من تدريب نماذج الذكاء الاصطناعي الخاصة بك على بيانات عالية الجودة وذات صلة للحصول على رؤى وتنبؤات دقيقة.
- الحفاظ على الرقابة البشرية : بينما يمكن الذكاء الاصطناعي أتمتة العديد من المهام ، لا يزال الإبداع البشري والتفكير الاستراتيجي ضروريين لنجاح الحملة.
- التعلم المستمر والتكيف : يمكنك تحديث نماذج الذكاء الاصطناعي وتحسينها بانتظام استنادًا إلى البيانات الجديدة وأداء الحملة.
- الاعتبارات الأخلاقية : التحلي بالشفافية بشأن الاستخدام الذكاء الاصطناعي وإعطاء الأولوية لخصوصية العملاء وحماية البيانات في حملاتك.



اختبار A / B مع الذكاء الاصطناعي

A/B Testing with AI

سنكتشف فوائد اختبار A / B المدعوم من الذكاء الاصطناعي ويوضح كيفية تنفيذه في حملاتك للحصول على أفضل النتائج:

اختبار A / B التقليدي	اختبار A / B الذي يعمل بالطاقة الذكاء الاصطناعي	Benefits
الإعداد اليدوي لمتغيرات الاختبار	توليد المتغير الآلي	دورات اختبار أسرع
عدد محدود من المتغيرات التي تم اختبارها	اختبار متعدد المتغيرات على نطاق واسع	نتائج أكثر دقة
تحليل يستغرق وقتا طويلا	التحليل والتحسين في الوقت الحقيقي	التحسين المستمر

تحليل أداء الحملة باستخدام الذكاء الاصطناعي

Campaign Performance Analysis Using AI

سيغطي هذا القسم تقنيات وأدوات التحليلات المتقدمة التي تستخدم الذكاء الاصطناعي للكشف عن رؤى قيمة من بيانات حملتك :

جمع البيانات : تقوم الأدوات التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي بجمع البيانات ودمجها من مصادر وقنوات متعددة.

التعرف على الأنماط : تحدد خوارزميات تعلم الآلة الاتجاهات والأنماط في بيانات أداء الحملة.



تحليل أداء الحملة باستخدام الذكاء الاصطناعي

Campaign Performance Analysis Using AI

التحليلات التنبؤية

تتنبأ نماذج الذكاء الاصطناعي بأداء الحملة المستقبلية

استناداً إلى البيانات التاريخية والاتجاهات الحالية.

التقارير الآلية

توفر التقارير التي تم إنشاؤها الذكاء الاصطناعي رؤى وتوصيات قابلة للتنفيذ
للتحسين.



تحسين الحملات استنادا إلى رؤى الذكاء الاصطناعي Optimizing Campaigns Based on AI Insights

تعرف على استراتيجيات تفسير الذكاء الاصطناعي للتوصيات وتنفيذ التحسينات المستندة إلى البيانات لتحسين أداء الحملة.

تحليل الذكاء الاصطناعي للرؤى : راجع التقارير والتوصيات التي يتم إنشاؤها الذكاء الاصطناعي لأداء حملتك.

تحديد فرص التحسين : استخدم إحصاءات الذكاء الاصطناعي لتحديد مجالات التحسين في استراتيجية حملتك.

تنفيذ التغييرات : تطبيق التحسينات المقترحة الذكاء الاصطناعي على عناصر حملتك وإعداداتها.

المراقبة و التكرار : تتبع الأداء باستمرار واستخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين استراتيجية التحسين الخاصة بك.



تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

الخطوة 1: مراجعة الإحصاءات التي تم إنشاؤها باستخدام الذكاء الاصطناعي لأداء حملة

موجهه: سأقدم لك العديد من التقارير من حملات التسويق الرقمي الخاصة بنا ، بما في ذلك البيانات من داخل منصات مثل إعلانات Google وإعلانات Facebook و Instagram وما إلى ذلك.

تهدف هذه الحملات إلى :إدراج أهداف الحملة ، على سبيل المثال ، زيادة حركة المرور على موقع الويب أو زيادة التحويلات أو زيادة الوعي بالعلامة التجارية.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

الهدف هو : إنشاء رؤية قابلة للتنفيذ ، وتبسيط الضوء على مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs ، وتقديم توصيات محددة لتحسين الحملة للمضي قدما .
هل يمكنك تأكيد فهمك لنطاق المهمة؟
1.مراجعة شاملة للبيانات:

ابداً بمراجعة تقارير الأداء التي تم إنشاؤها بالذكاء الاصطناعي.
ركز على أهم مؤشرات الأداء الرئيسية مثل نسب النقر إلى الظهور CTR ومعدلات التحويل وتكلفة النقرة وتكلفة الاكتساب CPA ومعدلات المشاركة وعائد الإنفاق الإعلاني ROAS تأكد من تحليل جميع بيانات الحملة من القنوات المختلفة وسائل التواصل الاجتماعي ، والبريد الإلكتروني ، والبحث المدفوع ، وما إلى ذلك بطريقة موحدة.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

2. تقييم فعالية أشكال الإعلانات ومحتواها:

- استخدم أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل مستوى أداء أشكال الإعلانات المختلفة (على سبيل المثال، الفيديو، والإعلانات الدوارة، والإعلانات الصورية، وما إلى ذلك).
- حدد الأشكال التي تحقق أكبر قدر من التفاعل والنقرات والتحويلات ، والأشكال ذات الأداء الضعيف .
- قدم رؤى حول كيفية تأثير محتوى الإعلانات (على سبيل المثال ، العناوين الرئيسية والمرئيات والعبارات التي تحت المستخدم على اتخاذ إجراء) على الجمهور المستهدف.
- استخدم أدوات تحليل المشاعر المستندة إلى الذكاء الاصطناعي لتقييم ردود فعل الجمهور على تصميمات الإعلانات والرسائل المختلفة.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

3. تحليل الأداء حسب القناة:

- قم بتحليل أداء كل قناة تسويقية (على سبيل المثال ، إعلانات Google و Facebook و Instagram وما إلى ذلك) بشكل فردي، وقدم مقارنة لكيفية مساهمة كل قناة في نجاح الحملة بشكل عام.
- استخدم الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بالقنوات التي ستحقق أعلى عائد استثمار للمضي قدما بناء على البيانات السابقة.

4. الجمهور المستهدف والتحليل الديموغرافي:

- قسم أداء الحملة عبر شرائح مختلفة للمستهدفين.
- استخدم التقسيم المستند إلى الذكاء الاصطناعي لتحديد التركيبة السكانية أو المجموعات السلوكية الأكثر تفاعلا مع الحملة والشرائح التي لا يتم تحويلها كما هو متوقع .
- قدم رؤى حول كيفية تحسين استهداف الجمهور، على سبيل المثال ، هل هناك شرائح جمهور غير مستغلة قام الذكاء الاصطناعي بالتوصية بها بناء على أنماط سلوك أو اتجاهات تفاعل مماثلة؟

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

الخطوة 2: تحديد فرص التحسين المدعومة بالذكاء الاصطناعي
المطالبة: الآن بعد اكتمال التحليل الأولي، ركز على استخدام الرؤى التي تم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي لتحديد مجالات محددة للتحسين في استراتيجية الحملة.
الهدف هو: تحديد العناصر الدقيقة للحملة التي تحتاج إلى تحسين و تحديد عناصر الحملة عالية الأداء وغير عالية الأداء

(استخدم الذكاء الاصطناعي للتمييز بين الإعلانات والكلمات الرئيسية وشرائح الجمهور عالية الأداء وغير عالية الأداء قدم تفصيلاً لأفضل 10 إعلانات أداءً من حيث المشاركة والتحويلات، وقارنها بأدنى 10).

(قدم رؤى تفصيلية حول سبب ضعف أداء عناصر معينة (على سبيل المثال، انخفاض معدلات النقر إلى الظهور، والاستهداف الضعيف، ودعوات العمل غير الفعالة واقترح تغييرات محددة).

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

تحسين تخصيص الميزانية:

- استفد من قدرة الذكاء الاصطناعي على التوصية بإعادة تخصيص الميزانية عبر القنوات والحملات. إذا كانت بعض الحملات تحقق عائداً أعلى على الاستثمار، فاقترح تحويل الميزانية إلى هذه الحملات.
- يجب أن يتنبأ الذكاء الاصطناعي بالارتفاع المحتمل في التحويلات والمشاركة التي قد تنتج عن إعادة تخصيص الميزانية.
- قم بتضمين توصيات لتعديل استراتيجيات المزايدة (على سبيل المثال، المزايدة اليدوية مقابل المزايدة الآلية) استناداً إلى توقعات الأداء التي يقودها الذكاء الاصطناعي.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

- تعديلات استهداف الكلمات الرئيسية والجمهور:
- يجب أن يقدم الذكاء الاصطناعي توصيات بشأن تحسين استهداف الكلمات الرئيسية لحملات البحث.
- حدد الكلمات الرئيسية التي تتمتع بنسبة ظهور عالية ولكن معدلات تحويل منخفضة، واقتراح بدائل أفضل بناءً على البيانات التاريخية والتحليل التنافسي ، بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يقدم الذكاء الاصطناعي توصيات متقدمة لتحسين استهداف الجمهور بناءً على أنماط السلوك وسجل المشاركة ونية الشراء المتوقعة.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

توقيت الحملة وجدولة الإعلانات:

- استخدم الذكاء الاصطناعي لتحديد أفضل الأوقات لتشغيل الإعلانات. قم بتحليل بيانات الأداء التاريخية واقترح أوقاتًا مثالية لجدولة الإعلانات بناءً على الوقت الذي يكون فيه الجمهور المستهدف أكثر نشاطًا وتفاعلاً.
- قدّم توصية مفصلة بشأن تعديلات جدولة الإعلانات اليومية أو الأسبوعية لتحقيق أقصى قدر من الرؤية والتحويلات خلال فترات الذروة.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

الخطوة 3:

تنفيذ التغييرات الموصى بها من قبل الذكاء الاصطناعي.

المطالبة:

بناءً على فرص التحسين التي تم تحديدها، فإن الخطوة التالية هي تنفيذ التغييرات الموصى بها من قبل الذكاء الاصطناعي على الحملة.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

تركز هذه المرحلة على إجراء تعديلات قائمة على البيانات على عناصر الحملة المختلفة، مثل استهداف الجمهور، والمواد الإعلانية الإبداعية، وتخصيص الميزانية، والجدولة.

تحسين المواد الإعلانية الإبداعية:

- تحديث المواد الإعلانية الإبداعية استنادًا إلى رؤى الذكاء الاصطناعي حول أداء المحتوى. على سبيل المثال، إذا كانت الإعلانات ذات العناوين الأقصر والدعوات القوية إلى اتخاذ إجراء تحقق أداءً أفضل، فقم بتطبيق هذه المبادئ على جميع الإعلانات.
- استخدم أدوات الذكاء الاصطناعي لتوليد أشكال جديدة تلقائيًا من المواد الإعلانية الإبداعية ذات الأداء الأفضل (على سبيل المثال، اختبار A/B للعناوين الرئيسية المختلفة، واختلافات الصور، والرسائل).
- تأكد من أن هذه المواد الإعلانية الإبداعية تتوافق مع شرائح الجمهور المحسّنة.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

تحسين الجمهور:

- اضبط معلمات الاستهداف لكل حملة استنادًا إلى تقسيم الجمهور المدعوم بالذكاء الاصطناعي.
- ركّز على إعادة استهداف المستخدمين ذوي النوايا العالية الذين بدؤوا بالفعل اهتمامًا بالمنتج أو الخدمة (على سبيل المثال، المتخلّون عن سلة التسوق أو زوار الموقع الإلكتروني الذين شاهدوا منتجات معينة).
- بالنسبة لشرائح الجمهور التي لا تحقق أداءً جيدًا، حدّث معايير الاستهداف أو أزلها من الحملات، واستبدلها بشرائح موصى بها من قبل الذكاء الاصطناعي والتي من المرجح أن تحقق تحويلات.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

- **تعديلات استراتيجية الميزانية والعطاءات:**
 - أعد تخصيص الميزانيات لأعلى الحملات والقنوات أداءً.
- استخدم توصيات الذكاء الاصطناعي لتحسين استراتيجية العطاءات الخاصة بك (على سبيل المثال، التحول من تكلفة النقرة اليدوية إلى العطاءات الآلية مع هدف تكلفة الاكتساب المستهدفة أو تعظيم التحويلات).
- تأكد من أن إعادة تخصيص الميزانية مصممة لتعزيز العائد على الاستثمار والعائد على الإنفاق الإعلاني الإجمالي، مع مراقبة الارتفاع المحتمل الذي تتوقعه نماذج الذكاء الاصطناعي.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

تعديلات جدول الإعلانات والتوقيت:

- قم بتطبيق التغييرات على جدول الإعلانات استنادًا إلى توصيات الذكاء الاصطناعي، مع التأكد من عرض الإعلانات خلال أوقات الذروة ، على سبيل المثال، إذا أشار تحليل الذكاء الاصطناعي إلى أن التحويلات تبلغ ذروتها بين الساعة 9 صباحًا و 12 ظهرًا في أيام الأسبوع، فركز على إنفاق الإعلانات خلال هذه الساعات.
- قم بتنفيذ استراتيجيات تقسيم اليوم للحملات التي لا تحقق أداءً جيدًا خلال ساعات غير الذروة، مع تقليل الإنفاق عندما تكون التحويلات منخفضة.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

- الخطوة 4: المراقبة المستمرة والتكرار باستخدام الذكاء الاصطناعي
- المطالبة: بمجرد تنفيذ التحسينات، من الضروري مراقبة أداء الحملة باستمرار واستخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين الاستراتيجية بشكل أكبر.
- تتضمن هذه العملية تتبع مؤشرات الأداء الرئيسية، وتوليد رؤى الذكاء الاصطناعي الجديدة، والتكرار في الحملة في الوقت الفعلي.
- مراقبة الحملة في الوقت الفعلي باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي:
- قم بإعداد أنظمة مراقبة تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتتبع باستمرار مقاييس الحملة الرئيسية مثل التحويلات ومعدلات المشاركة والعائد على الاستثمار.
 - تأكد من تحديد أي شذوذ (على سبيل المثال، انخفاض مفاجئ في معدلات التحويل) بواسطة أدوات الذكاء الاصطناعي وإشعارها على الفور.
 - احصل على توصيات الذكاء الاصطناعي في الوقت الفعلي بشأن المزيد من التحسينات. على سبيل المثال، إذا اكتشف الذكاء الاصطناعي انخفاضًا في الأداء لإعلان معين، فاحصل على رؤى حول ما إذا كان يجب إيقاف مؤقتًا أو تحديثه أو اختبار الاختلافات الجديدة A/B.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

التكرار على عناصر الحملة:

استخدم حلقات ردود الفعل للذكاء الاصطناعي لإجراء تحسينات متكررة على الحملات.

على سبيل المثال، إذا اقترح الذكاء الاصطناعي تحسناً بنسبة 10% في معدل النقر إلى الظهور بعد تغيير المواد الإبداعية للإعلانات، فاستمر في تحسين العناوين الرئيسية والمرئيات ودعوات العمل استناداً إلى بيانات الأداء المحدثة.

أتمتة اختبار A/B باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لاختبار الاختلافات في نص الإعلان والأصول الإبداعية واستهداف الجمهور بشكل مستمر.

استخدم الذكاء الاصطناعي للتوصية بإصدار الإعلان الذي يجب إعطاؤه الأولوية بناءً على نتائج الاختبار.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

رؤى استراتيجية طويلة الأجل:

- استفد من الذكاء الاصطناعي لتوفير رؤى طويلة الأجل حول اتجاهات أداء الحملة. على سبيل المثال، يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل أشهر من البيانات لتحديد التحولات في سلوك المستهلك والاتجاهات الموسمية والتغيرات في أنماط المشاركة.
- استخدم هذه الرؤى لضبط استراتيجيات الحملة عالية المستوى، مثل إنشاء حملات موسمية جديدة، أو زيادة جهود إعادة الاستهداف، أو التحول إلى قنوات تسويقية ناشئة حيث يتنبأ الذكاء الاصطناعي بالنمو المستقبلي.

تحليل أداء الحملات باستخدام الذكاء الاصطناعي: خطوات أساسية

Optimize Campaigns with AI: Key Analysis Steps

- إعداد التقارير والتخطيط للمستقبل:
- إنشاء تقارير أداء مدعومة بالذكاء الاصطناعي تسلط الضوء على نجاح التغييرات التي تم تنفيذها.
- يجب أن تتضمن هذه التقارير مقارنات قبل وبعد، مع عرض التحسن في مؤشرات الأداء الرئيسية مثل معدل النقر إلى الظهور ومعدل التحويل وتكلفة الاكتساب وعائد الإنفاق الإعلاني.
- التخطيط للحملات المستقبلية بناءً على توصيات الذكاء الاصطناعي، على سبيل المثال، إذا تنبأ الذكاء الاصطناعي باتجاه في تفضيلات المستهلكين أو تغييرات في السلوك في الربع التالي، فاستخدم هذه التوقعات لضبط استراتيجية التسويق الشاملة.

جلسة أسئلة وأجوبة: معالجة استفسارات المشاركين

Q&A Session: Addressing Participant's Inquiries

في جلسة الأسئلة والأجوبة التفاعلية هذه ، سنتناول الأسئلة والمخاوف الشائعة حول استراتيجيات التسويق الرقمي التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي:

تنمية المهارات : تقديم المشورة بشأن المهارات اللازمة للتميز في أدوار التسويق الذكاء الاصطناعي.

قياس عائد الاستثمار: شرح كيفية قياس العائد على الاستثمار لأدوات التسويق الذكاء الاصطناعي.

خصوصية البيانات: مناقشة المخاوف المتعلقة باستخدام البيانات والخصوصية في التسويق القائم على الذكاء الاصطناعي.

الاتجاهات المستقبلية في التسويق الرقمي القائم على الذكاء الاصطناعي

Future Trends in AI-Driven Digital Marketing

احصل على رؤى حول مستقبل التسويق الرقمي القائم على الذكاء الاصطناعي ، حيث سيتضح لك الاتجاهات والتقنيات الناشئة التي تم تعيينها لتشكيل الصناعة في السنوات القادمة ، مما يساعدك على البقاء في الطليعة في استراتيجيات التسويق الخاصة بك.

التخصيص المفرط : تجزئة دقيقة تعتمد على الذكاء الاصطناعي وتخصيص المحتوى في الوقت الفعلي.

قيمة عمر العميل التنبؤية : نماذج الذكاء الاصطناعي متقدمة للتنبؤ الدقيق بقيمة العملاء على المدى الطويل.

إعلانات الواقع المعزز : تجارب AR محسنة الذكاء الاصطناعي لتفاعلات غامرة مع العلامة التجارية.

تحسين البحث الصوتي : التعرف على الصوت الذكاء الاصطناعي ومعالجة اللغة الطبيعية للتسويق.

إنشاء محتوى مدعوم من الذكاء الاصطناعي

AI-Powered Content Creation

اكتشف كيف يقوم الذكاء الاصطناعي بتحويل إنشاء المحتوى في التسويق الرقمي، حيث ستتعرف علي كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في إنشاء محتوى تسويقي وتحسينه وتخصيصه عبر قنوات مختلفة.

تحسين المحتوى	المحتوى المرئي	توليد النص
توصيات تحسين محركات البحث المستندة إلى الذكاء الاصطناعي	إنشاء الصور والفيديو بمساعدة الذكاء الاصطناعي	كتابة الإعلانات المدعومة الذكاء الاصطناعي للإعلانات ورسائل البريد الإلكتروني ومنشورات وسائل التواصل الاجتماعي
تسليم محتوى مخصص بناء على تفضيلات المستخدم	اقتراحات التصميم الآلي للمواد التسويقية	منشور مدونة آلي وإنشاء مقالة

الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Artificial Intelligence in Social Media Marketing

اكتشف كيف تحدث الذكاء الاصطناعي ثورة في استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، حيث يتضح لك أهمية التطبيقات المختلفة للذكاء الاصطناعي في تعزيز حملات وسائل التواصل الاجتماعي ، من جدولة المحتوى إلى استهداف الجمهور وتحليل المشاركة.

استهداف الجمهور: تقسيم مدعوم الذكاء الاصطناعي لاستهداف الإعلانات بدقة على المنصات الاجتماعية.

أوقات النشر المثالية: يحدد الذكاء الاصطناعي أفضل الأوقات للنشر لتحقيق أقصى قدر من المشاركة.

الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي Artificial Intelligence in Social Media Marketing

اكتشف كيف تحدث الذكاء الاصطناعي ثورة في استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ،
حيث يتضح لك أهمية التطبيقات المختلفة للذكاء الاصطناعي في تعزيز حملات وسائل التواصل الاجتماعي
، من جدولة المحتوى إلى استهداف الجمهور وتحليل المشاركة.
روبوتات محادثة: روبوتات محادثة مدعومة الذكاء الاصطناعي لمشاركة العملاء الفورية على المنصات
الاجتماعية.
تحليل المشاعر: تقوم أدوات الذكاء الاصطناعي بتحليل مشاعر وسائل التواصل الاجتماعي لقياس إدراك
العلامة التجارية.

استراتيجيات التسويق عبر البريد الإلكتروني التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي

AI-Driven Email Marketing Strategies

تعرف على كيفية قيام الذكاء الاصطناعي بتحويل حملات التسويق عبر البريد الإلكتروني، حيث سيتضح لك كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في تخصيص محتوى البريد الإلكتروني وتحسين أوقات الإرسال وتحسين الأداء العام للتسويق عبر البريد الإلكتروني.

تخصيص المحتوى : إدراج المحتوى الديناميكي بناء على تفضيلات وسلوكيات المستلمين الفردية.
تحسين سطر الموضوع : أدوات مدعومة الذكاء الاصطناعي لإنشاء سطور موضوع مقنعة تزيد من معدلات الفتح.



استراتيجيات التسويق عبر البريد الإلكتروني التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي

AI-Driven Email Marketing Strategies

تعرف على كيفية قيام الذكاء الاصطناعي بتحويل حملات التسويق عبر البريد الإلكتروني، حيث سيتضح لك كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في تخصيص محتوى البريد الإلكتروني وتحسين أوقات الإرسال وتحسين الأداء العام للتسويق عبر البريد الإلكتروني.

التحليلات التنبؤية : تتنبأ نماذج الذكاء الاصطناعي بأداء حملة البريد الإلكتروني وتقدم تحسينات.
إرسال الوقت الأمثل : تحدد الذكاء الاصطناعي الخوارزميات أفضل وقت لإرسال رسائل البريد الإلكتروني لكل مستلم.

الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

استكشف دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز استراتيجيات التسويق عبر محركات البحث، حيث ستتعرف علي كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين حملات البحث المدفوعة ، وتحسين استهداف الكلمات الرئيسية ، وزيادة عائد الاستثمار في جهود التسويق عبر محرك البحث.

1. اكتشاف الكلمات الرئيسية : أدوات مدعومة الذكاء الاصطناعي لتحديد الكلمات الرئيسية عالية القيمة واتجاهات البحث.

2. إدارة العطاءات : استراتيجيات عروض الأسعار المبرمجة باستخدام خوارزميات تعلم الآلة.



الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

استكشف دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز استراتيجيات التسويق عبر محركات البحث، حيث ستتعرف علي كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين حملات البحث المدفوعة ، وتحسين استهداف الكلمات الرئيسية ، وزيادة عائد الاستثمار في جهود التسويق عبر محرك البحث.

إنشاء نسخ الإعلان : إنشاء متغيرات جذابة لنسخ الإعلانات بمساعدة الذكاء الاصطناعي للاختبار.

التنبؤ بالأداء : تتنبأ نماذج الذكاء الاصطناعي بأداء الحملة وتقتراح تحسينات.



دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

الحملات الموجهة: سأوفر لك إمكانية الوصول إلى البيانات من حملات البحث المدفوعة عبر منصات مثل إعلانات Google وإعلانات Bing نحن نركز على تحسين جهود تسويق محركات البحث SEM، مع أهداف محددة لزيادة التحويلات وخفض تكلفة النقرة CPC وتعظيم العائد على الاستثمار ROI أريد منك أن تعمل كاستراتيجي تسويق محركات البحث المعزز بالذكاء الاصطناعي، والاستفادة من الأدوات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي لتحسين العناصر الرئيسية لحملات تسويق محركات البحث الخاصة بنا، بما في ذلك استهداف الكلمات الرئيسية وإدارة العطاءات وإنشاء نصوص الإعلانات والتنبؤ بالأداء.

مهمتك هي تحديد الفرص التي يمكن للذكاء الاصطناعي من خلالها تحسين نتائج تسويق محركات البحث لدينا وتوفير استراتيجيات قابلة للتنفيذ. هل تفهم المهمة؟ يرجى التأكيد قبل أن نواصل.

دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

الخطوة 1: اكتشاف الكلمات الرئيسية واتجاهات البحث المدعومة بالذكاء الاصطناعي
المطالبة: ابدأ باستخدام أدوات مدعومة بالذكاء الاصطناعي لإجراء اكتشاف وتحليل متعمق للكلمات الرئيسية.

الهدف هو: تحديد الكلمات الرئيسية عالية القيمة والكلمات الرئيسية الطويلة واتجاهات البحث الأساسية التي يمكن أن تحسن أداء حملة البحث المدفوعة لدينا.
تحديد الكلمات الرئيسية عالية القيمة:

- استخدم أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات البحث التاريخية وتحديد الكلمات الرئيسية التي من المرجح أن تحقق أعلى معدلات التحويل وعائد الاستثمار.
- ركز على اكتشاف الكلمات الرئيسية ذات الزيارات العالية والنوايا العالية التي تتوافق مع سلوك البحث لدى جمهورنا المستهدف.

دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

تحديد الكلمات الرئيسية عالية القيمة:

- حدد الكلمات الرئيسية طويلة الذيل التي لديها منافسة أقل ولكن فرص التحويل أعلى.
- استخدم نماذج الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بالكلمات الرئيسية التي من المرجح أن تحقق المزيد من الزيارات أو إمكانات التحويل في المستقبل بناءً على الاتجاهات الحالية.

اتجاهات البحث والفرص الموسمية:

- استفد من الذكاء الاصطناعي لتحليل اتجاهات البحث والتقلبات الموسمية التي قد تؤثر على أداء الكلمات الرئيسية، على سبيل المثال، استخدم أدوات التنبؤ بالاتجاهات المدعومة بالذكاء الاصطناعي للتنبؤ بموعد ارتفاع حجم البحث عن كلمات رئيسية معينة (على سبيل المثال، أثناء العطلات أو الأحداث المحددة).
- قدم توصيات لتعديل استراتيجية الكلمات الرئيسية لدينا خلال مواسم الذروة أو الاتجاهات الناشئة لزيادة الرؤية والتحويلات.

دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

تحديد الكلمات الرئيسية السلبية:

- استخدم الذكاء الاصطناعي لتحديد الكلمات الرئيسية منخفضة الأداء أو التي لا صلة لها و تؤدي حاليًا إلى تشغيل الإعلانات ولكنها لا تؤدي إلى التحويلات.
- قم بتطوير قائمة بالكلمات الرئيسية السلبية لإضافتها إلى حملاتنا، مما يقلل من الإنفاق الضائع ويحسن كفاءة الاستهداف بشكل عام.

دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

- الخطوة 2: إدارة العطاءات وتحسينها باستخدام الذكاء الاصطناعي
- المطالبة: الآن، طبق استراتيجيات إدارة العطاءات باستخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين ميزانية SEM. والهدف هنا هو تعظيم عائد الاستثمار باستخدام استراتيجيات العطاءات الآلية المستندة إلى خوارزميات التعلم الآلي.
- استراتيجيات العطاءات الآلية:
- استخدم خوارزميات التعلم الآلي لتعديل العطاءات تلقائيًا استنادًا إلى بيانات الأداء واحتمالية التحويل ومستويات المنافسة.
 - يجب أن يحدد الذكاء الاصطناعي العطاء الأمثل لكل كلمة رئيسية استنادًا إلى عوامل مثل الوقت من اليوم والموقع ونوع الجهاز.
 - نفذ استراتيجيات العطاءات المستندة إلى الذكاء الاصطناعي مثل (زيادة التحويلات إلى أقصى حد) أو (تكلفة الاكتساب المستهدفة) أو (زيادة النقرات إلى أقصى حد) استنادًا إلى أهداف الحملة.
 - تأكد من أن الاستراتيجية تتوافق مع أهداف SEM قصيرة المدى وطويلة المدى.

دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

تعديلات العطاءات في الوقت الفعلي:

- استفد من أدوات الذكاء الاصطناعي لمراقبة ديناميكيات المزاد بشكل مستمر وتعديل العطاءات في الوقت الفعلي، على سبيل المثال، إذا اكتشف الذكاء الاصطناعي زيادة في المنافسة على كلمة رئيسية عالية القيمة، فيجب أن يقترح زيادات في العطاءات للحفاظ على ظهور الإعلان، أو على العكس من ذلك، تقليل العطاءات عندما تنخفض المنافسة لتوفير الميزانية.

تخصيص الميزانية عبر الحملات:

- استخدم الذكاء الاصطناعي لتحليل الحملات أو مجموعات الإعلانات التي تحقق أعلى عائد على الاستثمار والتوصية بإعادة تخصيص الميزانية وفقًا لذلك، على سبيل المثال، إذا كانت حملة معينة لا تحقق أداءً جيدًا، فيجب أن يقترح الذكاء الاصطناعي تقليل ميزانيتها لصالح الحملات ذات الأداء الأعلى.

جدولة الإعلانات وتقسيم اليوم:

- استخدم الذكاء الاصطناعي لتحديد الأوقات المثلى لتشغيل الإعلانات استنادًا إلى بيانات الأداء التاريخية.
- قم بإعداد جدولة الإعلانات وتقسيم اليوم لضمان ظهور الإعلانات خلال فترات الأداء الأقصى، والتي قد تختلف حسب الجهاز أو المنطقة الجغرافية.

دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

الخطوة 3: إنشاء نصوص إعلانية بمساعدة الذكاء الاصطناعي واختبار A/B المطالبة: بعد ذلك، ركز على الاستفادة من أدوات الذكاء الاصطناعي لإنشاء واختبار وتحسين أشكال مختلفة من نصوص الإعلانات.

الهدف هو : إنشاء نصوص إعلانية مقنعة وعالية التحويل وتحسينها باستمرار من خلال الرؤى القائمة على الذكاء الاصطناعي واختبار A/B إنشاء نصوص الإعلانات:

استخدم الذكاء الاصطناعي لإنشاء نصوص إعلانية متعددة تلقائيًا استنادًا إلى بيانات الأداء وأفضل الممارسات، على سبيل المثال، يمكن للذكاء الاصطناعي اقتراح عناوين رئيسية و أوصاف ودعوات للعمل CTAs جديدة استنادًا إلى ما لاقى صدى تاريخيًا لدى جمهورنا.

تأكد من أن نصوص الإعلانات التي تم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي تتوافق مع شرائح الجمهور المختلفة وأهداف الحملة، على سبيل المثال، قم بإنشاء رسائل مختلفة للتوعية بالعلامة التجارية مقابل الحملات التي تركز على التحويل.

دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

اختبار A/B لأنواع الإعلانات:

قم بتنفيذ اختبار A/B المدعوم بالذكاء الاصطناعي لمقارنة أنواع متعددة من نصوص الإعلانات، يجب على الذكاء الاصطناعي مراقبة أداء كل نوع في الوقت الفعلي وضبط دوران الإعلانات بشكل ديناميكي لإعطاء الأولوية للنصوص ذات الأداء الأعلى.

استخدم الذكاء الاصطناعي لتقييم عناصر النص (على سبيل المثال، الدعوة إلى اتخاذ إجراء، والعنوان، والمحفزات العاطفية) التي تساهم بشكل أكبر في تحسين معدلات النقر إلى الظهور CTR ومعدلات التحويل.

تحليل المشاعر والعواطف:

استفد من تحليل المشاعر المدعوم بالذكاء الاصطناعي لتقييم كيفية استجابة المستخدمين لنصوص الإعلانات المختلفة.

استخدم هذه الرؤى لتحسين نبرة ورسالة الإعلانات، والتأكد من أنها تتردد عاطفيًا مع الجمهور المستهدف.

دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

إنشاء الإعلانات الديناميكية:

- استخدم الذكاء الاصطناعي لإنشاء إعلانات ديناميكية يتم تعديلها تلقائيًا بناءً على نية المستخدم أو استعلامات البحث أو سجل التصفح.
- تأكد من أن الذكاء الاصطناعي يختار أفضل عناصر النص أداءً لتوليد الإعلان الأكثر ملاءمة لكل مستخدم بشكل ديناميكي.

دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

- الخطوة 4: التنبؤ بالأداء القائم على الذكاء الاصطناعي واقتراحات التحسين
- المطالبة: ركز الآن على استخدام الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بأداء الحملة في المستقبل وتقديم اقتراحات التحسين بناءً على النتائج المتوقعة.
- الهدف هو: توقع أداء الحملة في المستقبل القريب وتحسين الاستراتيجية باستمرار.
- نماذج التنبؤ بالأداء:
- استخدم نماذج الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بمقاييس الأداء الرئيسية مثل نسبة النقر إلى الظهور ومعدل التحويل وتكلفة الاكتساب وعائد الاستثمار خلال الشهر أو الربع التالي.
 - يجب أن يأخذ الذكاء الاصطناعي في الاعتبار بيانات الأداء التاريخية واتجاهات السوق والتأثيرات الموسمية ومنافسة الكلمات الرئيسية.
 - قدم رؤى حول الحملات أو مجموعات الإعلانات التي من المتوقع أن تحقق أفضل أداء، والتي قد تحتاج إلى مزيد من التحسين أو الاهتمام.

دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

توصيات التحسين:

- استنادًا إلى توقعات الأداء، يجب أن يقدم الذكاء الاصطناعي توصيات محددة لتحسين الحملات.
- على سبيل المثال، قد يقترح الذكاء الاصطناعي تعديل العطاءات أو تعديل نص الإعلان أو إعادة تخصيص الميزانيات بناءً على التغيرات المتوقعة في سلوك المستخدم.
- إذا تنبأت الذكاء الاصطناعي بانخفاض في الأداء لحملات معينة، فقدم اقتراحات حول كيفية منع ذلك، مثل استهداف كلمات رئيسية جديدة أو تحسين شرائح الجمهور أو تعديل تكرار الإعلان.

دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

التحليلات التنبؤية للحملات الجديدة:

- استخدم التحليلات التنبؤية المدعومة بالذكاء الاصطناعي لتقييم النجاح المحتمل للحملات القادمة، على سبيل المثال، قبل إطلاق مبادرة SEM جديدة، يجب أن يوفر الذكاء الاصطناعي توقعات حول تكلفة النقرة المقدرة ومعدلات النقر إلى الظهور ومعدلات التحويل والعائد المحتمل على الاستثمار بناءً على البيانات التاريخية واتجاهات السوق الحالية.

المحاكاة القائمة على السيناريوهات:

- قم بتشغيل محاكاة السيناريوهات المدعومة بالذكاء الاصطناعي لاستكشاف كيفية تأثير التعديلات المختلفة (على سبيل المثال، زيادات الميزانية وإضافة الكلمات الرئيسية وتغييرات استراتيجية العطاءات) على أداء الحملة.
- استخدم هذه الرؤى لإبلاغ عملية اتخاذ القرار قبل الالتزام بتغييرات كبيرة.

دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

الخطوة 5: المراقبة المستمرة والتكرار باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي

المطالبة: أخيرًا، بعد تنفيذ التحسينات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي، راقب باستمرار أداء حملات SEM باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.

تركز هذه الخطوة على استخدام الذكاء الاصطناعي لتتبع النتائج، وتحديد فرص جديدة للتحسين، والتكرار على الاستراتيجية.

مراقبة الأداء المدعومة بالذكاء الاصطناعي:

- قم بإعداد أدوات الذكاء الاصطناعي لمراقبة أداء SEM في الوقت الفعلي، مع التركيز على المقاييس الرئيسية مثل تكلفة النقرة، ونسبة النقر إلى الظهور، ومعدل التحويل، وعائد الاستثمار في الإعلانات.
- تأكد من أن الذكاء الاصطناعي ينبه إلى أي تحولات كبيرة في الأداء، مثل الزيادة المفاجئة في تكلفة النقرة أو انخفاض التحويلات.
- استخدم الذكاء الاصطناعي لتقديم تنبيهات أو اقتراحات آلية عندما ينحرف الأداء عن المستويات المتوقعة، مما يتيح إجراء تعديلات في الوقت المناسب على الحملة.

دراسة حالة : الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث SEM

Case Study: Artificial Intelligence in Search Engine Marketing (SEM)

التكرار على استراتيجية الحملة:

- يجب أن يوفر الذكاء الاصطناعي باستمرار رؤى للتكرار على استراتيجية الحملة، على سبيل المثال، إذا كان أداء نص إعلان معين ضعيفًا باستمرار، فيمكن للذكاء الاصطناعي أن يوصي بمتغيرات جديدة للاختبار أو اقتراح تعديلات على معايير الاستهداف.
- استخدم الرؤى التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي لإجراء تغييرات تدريجية على العطاءات والميزانيات وجدولة الإعلانات، مما يضمن بقاء الحملة مُحسَّنة لتحقيق أقصى قدر من الأداء.

تحسين الحملة على المدى الطويل:

- استفد من الذكاء الاصطناعي لتحديد فرص التحسين على المدى الطويل، مثل تحويل استراتيجية SEM الشاملة استنادًا إلى اتجاهات سلوك المستخدم أو التحليل التنافسي أو اتجاهات البحث الناشئة.
- تأكد من أن الذكاء الاصطناعي يساعد في توجيه تطور استراتيجية SEM بمرور الوقت، وإجراء تعديلات استباقية بدلاً من التغييرات التفاعلية استنادًا إلى بيانات الأداء قصيرة المدى.

تقسيم العملاء باستخدام الذكاء الاصطناعي

Customer Segmentation Using Artificial Intelligence

اكتشف كيف تحدث الذكاء الاصطناعي ثورة في تقسيم العملاء في التسويق الرقمي، حيث يوضح هذا القسم تقنيات التجزئة المتقدمة باستخدام الذكاء الاصطناعي لإنشاء ملفات تعريف عملاء أكثر دقة وديناميكية لجهود التسويق المستهدفة.

فوائد	الذكاء الاصطناعي تجزئة محسنة	التجزئة التقليدية
استهداف أكثر دقة	سرائح ديناميكية تستند إلى السلوك والتفضيلات	سرائح ثابتة استنادا إلى الخصائص الديمغرافية
تحسين التخصيص	قدرات التجزئة الدقيقة	عدد محدود من السرائح
معدلات تحويل أعلى	تحديثات وتعديلات في الوقت الفعلي	التحديثات اليدوية المطلوبة

تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

- تجميع بيانات العملاء من مصادر مختلفة ، بما في ذلك تفاعلات موقع الويب وسجل الشراء ومشاركة وسائل التواصل الاجتماعي وبيانات التسويق عبر البريد الإلكتروني.
- هدفنا هو تحسين عملية تقسيم العملاء لدينا ، وتجاوز التجزئة التقليدية القائمة على التركيبة السكانية الثابتة إلى نهج تجزئة أكثر ديناميكية ومدفوعا بالسلوك.
- أريدك أن تعمل كاستراتيجي تسويق محسن الذكاء الاصطناعي وأن تستخدم أدوات تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات العملاء هذه ، وتقسيم جمهورنا بشكل أكثر دقة، وتوفير شرائح قابلة للتكيف في الوقت الفعلي لجهود التسويق المخصصة.
- مهمتك هي إنشاء ملفات تعريف عملاء قابلة للتنفيذ وديناميكية من شأنها تحسين معدلات الاستهداف والتخصيص والتحويل.

تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

الخطوة 1: مراجعة التجزئة التقليدية والقيود

موجه: لنبدأ بمراجعة طريقة التجزئة الحالية، نستخدم حالياً التقسيم التقليدي ، والذي يعتمد إلى حد كبير على عوامل ثابتة مثل التركيبة السكانية (على سبيل المثال ، العمر والجنس والموقع ومستوى الدخل)، هذه الطريقة لها قيود ، بما في ذلك ما يلي:

1. شرائح ثابتة:

- قطاعاتنا الحالية ثابتة ، مما يعني أنها لا تتكيف بناء على سلوك العملاء بمرور الوقت. على سبيل المثال ، إذا تغيرت تفضيلات العميل أو انتقل إلى مرحلة حياة جديدة ، فإن نظامنا لا يعكس هذا التحول ما لم يتم تحديثه يدوياً.
- تحديد أوجه القصور الرئيسية في شرائحنا القائمة على التركيبة السكانية الحالية وشرح سبب كونها واسعة جداً أو غير كافية للاستهداف الفعال.

تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

2. عدد محدود من القطاعات:

- تدعم استراتيجيتنا الحالية عددا محدودا فقط من شرائح العملاء ، مما يجعل من الصعب تخصيص الرسائل التسويقية، غالبا ما نقوم بتجميع العملاء في فئات واسعة ، مثل "جيل الألفية" أو "المشتريين المتكررين" ، والتي تفشل في حساب السلوكيات الدقيقة.
- قم بتقييم كيف يحد العدد المحدود من الشرائح من قدرتنا على تقديم حملات تسويقية مخصصة للغاية.

3. التحديثات اليدوية:

- التحديثات اليدوية مطلوبة للحفاظ على تحديث الشرائح ، مما يؤدي إلى تأخيرات ومعلومات استهداف قديمة، هذا النقص في القدرة على التكيف في الوقت الفعلي
- هو قيد رئيسي في بيئة رقمية سريعة الخطى.
- قم بتقييم كيف تساهم الطبيعة اليدوية لعملية التجزئة الحالية في ضياع الفرص للمشاركة في الوقت المناسب مع جمهورنا.

تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

الخطوة 2: الانتقال إلى تقسيم العملاء المعزز بالذكاء الاصطناعي
المطالبة: الآن، دعنا نستكشف كيف يمكن للتقسيم المعزز بالذكاء الاصطناعي أن يحول نهجنا من خلال إنشاء شرائح ديناميكية مدفوعة بالسلوك تتكيف باستمرار مع تصرفات العملاء وتفضيلاتهم.
التقسيم الديناميكي القائم على السلوك والتفضيلات:
استخدم الذكاء الاصطناعي لتحليل أنماط سلوك العملاء (على سبيل المثال، عادات التصفح، وتكرار الشراء، و تفضيلات المنتج، وسجل التفاعل) لإنشاء شرائح ديناميكية تتطور بمرور الوقت.

يجب أن تعكس هذه الشرائح كيفية تغير تفضيلات العملاء، مما يسمح بالاستهداف في الوقت الفعلي، على سبيل المثال، حدد المستخدمين الذين كانوا مشتريين متكررين في السابق ولكن أظهروا علامات على الانحدار (على سبيل المثال، عدم إجراء أي عمليات شراء في آخر 90 يومًا) وأنشئ شريحة خاصة لإعادة التفاعل.



تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

قدرات التجزئة الدقيقة:

استفد من الذكاء الاصطناعي لإجراء التجزئة الدقيقة، وتقسيم المجموعات الأوسع إلى شرائح فرعية محددة للغاية، يمكن أن تستند هذه الشرائح الدقيقة إلى معايير مفصلة مثل سلوك الشراء، وأنماط التصفح، وتكرار المشاركة، أو الاستجابة لعروض ترويجية معينة.

على سبيل المثال، تقسيم المستخدمين الذين يشتررون بشكل متكرر من فئات منتجات معينة ولكنهم لم يتفاعلوا بعد مع فرص البيع المتبادل أو البيع الإضافي، يتيح هذا المستوى من الدقة جهود تسويقية مستهدفة للغاية.

تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

التحديثات والتكيفات في الوقت الفعلي:

استخدم الذكاء الاصطناعي لتمكين التحديثات في الوقت الفعلي لشرائح العملاء، عندما يتغير سلوك العميل (على سبيل المثال، يبدأ في تصفح فئة منتج جديدة أو يزيد من تفاعله مع رسائل البريد الإلكتروني الترويجية)، يجب أن يقوم نموذج الذكاء الاصطناعي بتحديث عضوية الشريحة تلقائيًا لتعكس هذه التغيرات.

تأكد من تحديث الشرائح باستمرار بناءً على بيانات في الوقت الفعلي من مصادر متعددة، مثل نشاط الموقع الإلكتروني، وتفاعلات البريد الإلكتروني، والمشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي، وسلوك الشراء.

تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

الخطوة 3: فوائد التجزئة المعززة بالذكاء الاصطناعي
المطالبة: الآن، ركّز على الفوائد التي توفرها تجزئة العملاء المعززة بالذكاء الاصطناعي، سواء لاستراتيجية التسويق أو الأداء التجاري الإجمالي.

استهداف أكثر دقة:
يوفر التجزئة المدعوم بالذكاء الاصطناعي فهمًا أعمق لسلوكيات العملاء وتفضيلاتهم، مما يسمح باستهداف أكثر دقة، من خلال الانتقال إلى ما هو أبعد من التجزئة الديموغرافية البسيطة، يمكننا استهداف العملاء بناءً على السلوكيات والنوايا في الوقت الفعلي، على سبيل المثال، يمكن للذكاء الاصطناعي تحديد شريحة من العملاء الذين يتصفحون بشكل متكرر ولكن نادرًا ما يشترون، مما يمكننا من استهدافهم بحوافز محددة للتحويل.



تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

التخصيص المحسّن:

تمكّن التجزئة المعززة بالذكاء الاصطناعي من حملات تسويقية مخصصة للغاية.

استخدم رؤى الذكاء الاصطناعي لتقديم رسائل مخصصة تتوافق مع شرائح العملاء الفردية، بناءً على تفاعلاتهم الأخيرة وتفضيلاتهم وسلوكيات الشراء، على سبيل المثال، قم بإنشاء حملات بريد إلكتروني مخصصة تستهدف شريحة من العملاء الذين تخلوا مؤخرًا عن سلة التسوق الخاصة بهم، وعرض توصيات أو خصومات مخصصة لهم لتشجيعهم على إتمام عملية الشراء.

تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

معدلات تحويل أعلى:

- تؤدي التجزئة المعززة بالذكاء الاصطناعي إلى معدلات تحويل أعلى من خلال تقديم محتوى أكثر ملائمة للعملاء المناسبين في الوقت المناسب
- تعمل التخصيصات على تحفيز المشاركة، والتفاعل يعمل على تحفيز التحويلات.
- قدم أمثلة لكيفية تحسين الحملات المستهدفة التي يقودها تجزئة الذكاء الاصطناعي لمقاييس الأداء الرئيسية مثل معدلات النقر CTR ومعدلات التحويل وقيمة الطلب المتوسطة AOV

تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

- الخطوة 4: تنفيذ تقسيم العملاء الموجه بالذكاء الاصطناعي
- المطالبة: بمجرد أن نحدد فوائد التقسيم المعزز بالذكاء الاصطناعي، نحتاج إلى التركيز على التنفيذ العملي، استخدم أدوات الذكاء الاصطناعي لبناء هذه القطاعات الديناميكية وتحسينها وتطبيقها في جهودنا التسويقية.
- بناء قطاعات العملاء الموجه بالذكاء الاصطناعي:
- استخدم الذكاء الاصطناعي لبناء مجموعة متنوعة من قطاعات العملاء استنادًا إلى الأنماط السلوكية والتفضيلات والتفاعلات التاريخية.
 - تأكد من ضبط القطاعات لتحقيق أهداف تسويقية مختلفة، مثل الوعي بالعلامة التجارية والمشاركة والاحتفاظ وفرص البيع الإضافي.
 - توفير أمثلة واضحة للشرائح بناءً على سلوكيات العملاء، مثل "العملاء ذوي القيمة العالية"، أو "المتخلون عن عربة التسوق"، أو "المتصفحون المتكررون"، أو "المشترون لمرة واحدة".

تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

دمج الشرائح في منصات التسويق:

دمج الشرائح التي تم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي في منصات التسويق الخاصة بنا، مثل أدوات التسويق عبر البريد الإلكتروني ومنصات الإعلان على وسائل التواصل الاجتماعي وأنظمة إدارة علاقات العملاء.

تأكد من أنه يمكننا بسهولة استخدام هذه الشرائح لتقديم إعلانات ورسائل بريد إلكتروني وعروض ترويجية مستهدفة، على سبيل المثال، قم بإعداد سير عمل بريد إلكتروني تلقائية يتم تشغيلها بواسطة سلوكيات شريحة معينة، مثل إرسال توصيات منتج مخصصة للعملاء الذين شاهدوا مؤخرًا فئة معينة.

تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

إعادة الاستهداف الديناميكي وتعديلات الحملة:

استخدم التجزئة المدعومة بالذكاء الاصطناعي لتعزيز جهود إعادة الاستهداف الديناميكي، على سبيل المثال، إذا أظهرت شريحة العملاء تفاعلاً قوياً مع منتج أو فئة معينة، يمكن للذكاء الاصطناعي تعديل محتوى الإعلان أو العروض تلقائياً لتكون أكثر ملاءمة.

راقب أداء الحملات التي تستهدف كل شريحة بشكل مستمر، باستخدام الذكاء الاصطناعي لإجراء تعديلات في الوقت الفعلي استناداً إلى سلوك الشريحة، إذا اكتشف الذكاء الاصطناعي أن شريحة ما لا تحقق الأداء المطلوب، فيمكنه اقتراح تعديلات على استراتيجية الاستهداف أو الرسائل.

تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

الخطوة 5: المراقبة المستمرة والتكرار باستخدام التجزئة المعززة بالذكاء الاصطناعي المطالبة: بعد تنفيذ التجزئة المعززة بالذكاء الاصطناعي، من الأهمية بمكان مراقبة أداء كل شريحة بشكل مستمر وتحسين استراتيجيتنا في الوقت الفعلي. المراقبة في الوقت الفعلي لأداء الشريحة:

- إعداد أدوات مراقبة مدعومة بالذكاء الاصطناعي لتتبع أداء كل شريحة من العملاء في الوقت الفعلي.
- تتبع مؤشرات الأداء الرئيسية KPI مثل معدلات التحويل ومستويات المشاركة والعائد على الاستثمار لكل شريحة.
- إذا اكتشف الذكاء الاصطناعي أن شريحة معينة تظهر علامات على انخفاض المشاركة أو انخفاضها، فيجب أن يقترح تلقائيًا استراتيجيات جديدة لإعادة جذب هؤلاء العملاء.

تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

تحسين الشرائح وتكييفها:

يجب على الذكاء الاصطناعي تحسين نموذج التجزئة بشكل مستمر بناءً على البيانات الجديدة وسلوك العملاء المتطور، على سبيل المثال، إذا حدد الذكاء الاصطناعي اتجاهًا جديدًا ناشئًا (على سبيل المثال، تحويل العملاء لاهتمامهم بفئة منتج جديدة)، فيجب عليه تعديل الشرائح تلقائيًا لتعكس ذلك.

توفير حلقة تغذية مرتدة حيث يمكن للذكاء الاصطناعي اقتراح تعديلات على نموذج التجزئة أو التوصية بإنشاء قطاعات جديدة بناءً على سلوكيات العملاء المتغيرة أو ظروف السوق.

تجزئة العملاء المحسنة بإستخدام الذكاء الاصطناعي

AI-Enhanced Customer Segmentation

تحسين استراتيجيات التسويق باستخدام رؤى الذكاء الاصطناعي:
استخدم رؤى الذكاء الاصطناعي لتحسين استراتيجيات التسويق الأوسع، على سبيل المثال، إذا أظهرت التجزئة المعززة بالذكاء الاصطناعي أن مجموعات معينة من العملاء تستجيب بشكل إيجابي لنوع معين من المحتوى (على سبيل المثال، إعلانات الفيديو أو العروض المخصصة)، فيمكننا تطبيق هذه الرؤية عبر الحملات الأخرى.

تأكد من اختبار وتنفيذ توصيات الذكاء الاصطناعي للرسائل وتنسيقات الإعلانات والقنوات الخاصة بكل قطاع بشكل مستمر لتحسين كفاءة التسويق بشكل عام

الذكاء الاصطناعي في تحسين معدل التحويل CRO

Artificial Intelligence in Conversion Rate Optimization (CRO)



تعرف على كيفية قيام الذكاء الاصطناعي بتحويل استراتيجيات تحسين معدل التحويل، حيث ستمكن من معرفة كيفية تطبيق الذكاء الاصطناعي في تحليل سلوك المستخدم ، وتحديد فرص التحسين ، وتنفيذ التحسينات المستندة إلى البيانات لزيادة معدلات التحويل.

تحليل سلوك المستخدم: تقوم خوارزميات الذكاء الاصطناعي بتحليل تفاعلات المستخدم وتحديد الأنماط التي تؤثر على التحويلات.



الذكاء الاصطناعي في تحسين معدل التحويل CRO

Artificial Intelligence in Conversion Rate Optimization (CRO)

التخصيص : تخصيص عناصر موقع الويب يعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة المستخدم والتحويلات.

أتمتة الاختبار : أدوات مدعومة الذكاء الاصطناعي لاختبار A / B الآلي والاختبار متعدد المتغيرات على نطاق واسع.

التحسين التنبئي : تتنبأ نماذج الذكاء الاصطناعي بتأثير التغييرات وتقتراح التكوينات المثلى.

دراسة حالة: الذكاء الاصطناعي في تحسين معدل التحويل CRO

Case Study: Artificial Intelligence in Conversion Rate Optimization (CRO)

مؤشر رئيسي لتحسين معدل التحويل المعزز بالذكاء الاصطناعي CRO
المؤشر:

سأوفر لك إمكانية الوصول إلى بيانات التحليلات الخاصة بموقعنا الإلكتروني ومقاييس تفاعل المستخدم وبيانات التحويل.

الهدف هو:

تحسين معدل التحويل الخاص بموقعنا الإلكتروني باستخدام أدوات واستراتيجيات تعتمد على الذكاء الاصطناعي. أريدك أن تعمل كخبير في تحسين معدل التحويل المعزز بالذكاء الاصطناعي، والاستفادة من الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك المستخدم وتخصيص تجربة الموقع الإلكتروني وأتمتة الاختبار والتنبؤ بتأثير التغييرات.

دراسة حالة: الذكاء الاصطناعي في تحسين معدل التحويل CRO

Case Study: Artificial Intelligence in Conversion Rate Optimization (CRO)

إليك ما أريدك أن تفعله:

الخطوة 1:

تحليل سلوك المستخدم المدعوم بالذكاء الاصطناعي

- ابدأ باستخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك المستخدم لموقعنا الإلكتروني. انظر إلى مقاييس مثل الوقت المستغرق في الصفحة وأنماط النقر وتدفق التنقل ونقاط الخروج لتحديد السلوكيات الرئيسية التي تؤثر على التحويلات.
- يجب أن يكتشف الذكاء الاصطناعي الأنماط التي تشير إلى الاختناقات في رحلة المستخدم (على سبيل المثال، حيث يتوقف المستخدمون عن الشراء أو يتخلون عن عربات التسوق أو يفشلون في التفاعل مع دعوات العمل).
- توفير رؤى حول العناصر (مثل النماذج، ودعوات العمل، والتنقل) التي قد تسبب احتكاكاً في مسار التحويل.
- تحديد شرائح المستخدمين الأكثر احتمالاً للتحويل وأولئك الذين لا يفعلون ذلك، بناءً على سلوكهم في الموقع.
- اقتراح مجالات محددة للتحسين (مثل تحسين وقت تحميل الصفحة، أو تقليل عوامل التشبث، أو تحسين تجربة الهاتف المحمول) بناءً على التحليل السلوكي.

دراسة حالة: الذكاء الاصطناعي في تحسين معدل التحويل CRO

Case Study: Artificial Intelligence in Conversion Rate Optimization (CRO)

الخطوة 2: التخصيص القائم على الذكاء الاصطناعي لتجربة المستخدم
بعد ذلك، قم بتطبيق الذكاء الاصطناعي لتخصيص عناصر الموقع الإلكتروني لشرائح مختلفة من المستخدمين بناءً على تفضيلاتهم وسلوكهم.
الهدف هو:

- تحسين تجربة المستخدم، وجعلها أكثر صلة وتفاعلاً للمستخدمين الفرديين أو الشرائح.
- تخصيص العناصر الرئيسية تلقائياً مثل العناوين الرئيسية، ودعوات العمل، وتوصيات المنتج، وتخطيطات المحتوى.
- يجب أن يضبط الذكاء الاصطناعي هذه العناصر ديناميكياً بناءً على سلوك المستخدم والتركيب السكانية والتفاعلات السابقة، على سبيل المثال، قم بتخصيص دعوات العمل للزوار العائدين الذين تصفحوا المنتجات من قبل ولكنهم لم يشتروا، وعرض خصومات أو حوافز مخصصة.
- تقديم اقتراحات بشأن المحتوى المخصص أو توصيات المنتج التي قد تزيد من احتمالية التحويل لمجموعات مستخدمين مختلفة (على سبيل المثال، الزوار الجدد مقابل العملاء المتكررين).

دراسة حالة: الذكاء الاصطناعي في تحسين معدل التحويل CRO

Case Study: Artificial Intelligence in Conversion Rate Optimization (CRO)

الخطوة 3: الاختبار الآلي A/B والمتغيرات المتعددة باستخدام الذكاء الاصطناعي

- الآن، استخدم أدوات مدعومة بالذكاء الاصطناعي لأتمتة الاختبار الآلي A/B والمتغيرات المتعددة على نطاق واسع.
- يجب أن تساعدنا هذه الاختبارات في تحديد الاختلافات في عناصر موقع الويب (على سبيل المثال، العناوين الرئيسية، ودعوات العمل، والنماذج، والتخطيطات) التي تحقق أعلى معدلات التحويل.
- قم بإجراء اختبارات A/B على إصدارات مختلفة من الصفحات والعناصر الرئيسية (على سبيل المثال، صفحات الوصول، وصفحات الخروج، وصفحات المنتج) واستخدم الذكاء الاصطناعي لتحليل النتائج في الوقت الفعلي.
- قم بتوسيع نطاق الاختبار المتعدد المتغيرات لاختبار مجموعات مختلفة من العناوين الرئيسية والصور ودعوات العمل والعناصر الأخرى الموجودة على الصفحة في وقت واحد، وتحديد التكوين الأمثل.
- يجب أن يعطي الذكاء الاصطناعي الأولوية تلقائيًا للإصدارات عالية الأداء ويوقف الإصدارات ذات الأداء الضعيف لزيادة التحويلات إلى أقصى حد دون إهدار الموارد.

دراسة حالة: الذكاء الاصطناعي في تحسين معدل التحويل CRO

Case Study: Artificial Intelligence in Conversion Rate Optimization (CRO)

الخطوة 4: التحسين التنبئي باستخدام نماذج الذكاء الاصطناعي
أخيرًا، طبق نماذج الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بتأثير التغييرات المحتملة على الموقع الإلكتروني، استنادًا إلى البيانات التاريخية والاتجاهات الحالية.
الهدف هو:

- استخدام التحليلات التنبؤية للتوصية بتحسينات الأكثر فعالية لتعزيز معدلات التحويل.
- استخدم الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بكيفية تأثير التغييرات في عناصر الموقع الإلكتروني (على سبيل المثال، وضع دعوة لاتخاذ إجراء، أو بنية المحتوى، أو تدفق المستخدم) على معدلات التحويل.
- قدم توقعات بتحسينات معدل التحويل المحتملة لكل تغيير مقترح.
- قدم توصيات مدعومة بالبيانات لتحسينات الموقع الإلكتروني، مثل إعادة تكوين التنقل، أو تبسيط عملية الخروج، أو تعديل تخطيطات صفحات المنتج، استنادًا إلى تنبؤ الذكاء الاصطناعي بتأثيرها على التحويلات.
- راقب باستمرار تأثيرات التغييرات المطبقة واستخدم الذكاء الاصطناعي لصقل وتكرار استراتيجيات التحسين استنادًا إلى البيانات الجديدة.

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء والدعم

AI Applications in Customer Service and Support

اكتشف كيف يقوم الذكاء الاصطناعي بتحويل خدمة العملاء والدعم في التسويق الرقمي ، حيث سنوضح كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في تعزيز تفاعلات العملاء وأتمتة عمليات الدعم وتحسين رضا العملاء بشكل عام.

التفاعلات الشخصية : تخصيص تجارب الدعم القائم على الذكاء الاصطناعي استنادا إلى بيانات العملاء.

الدعم التنبؤي: تتوقع خوارزميات الذكاء الاصطناعي مشكلات العملاء وتوفر حلولاً استباقية.

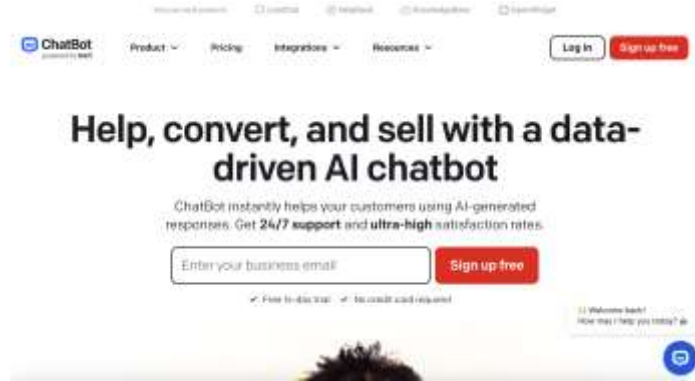
المساعدين الصوتيين : التعرف على الصوت الذكاء الاصطناعي لدعم العملاء عبر الهاتف.

الذكاء الاصطناعي روبوتات الدردشة : 24/7 دعم العملاء الآلي باستخدام معالجة اللغة الطبيعية.

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء والدعم

AI Applications in Customer Service and Support

- مدعوم من النص ChatBot

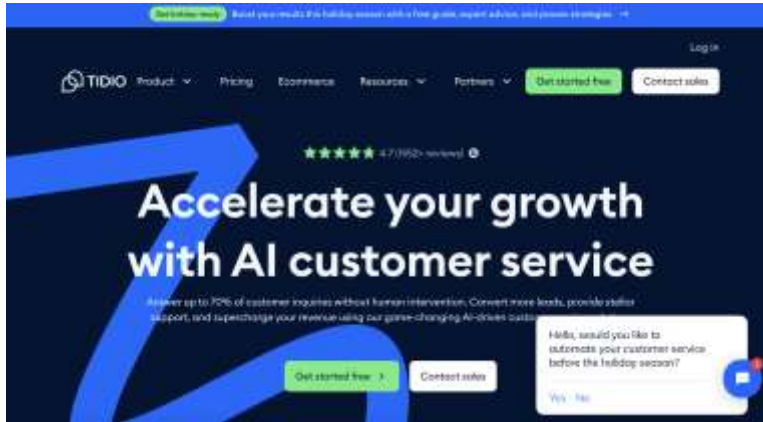


تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء والدعم

AI Applications in Customer Service and Support



TIDIO

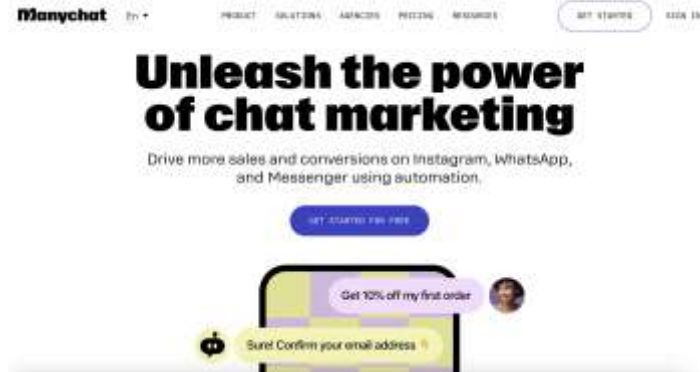


تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء والدعم

AI Applications in Customer Service and Support

Manychat

Manychat

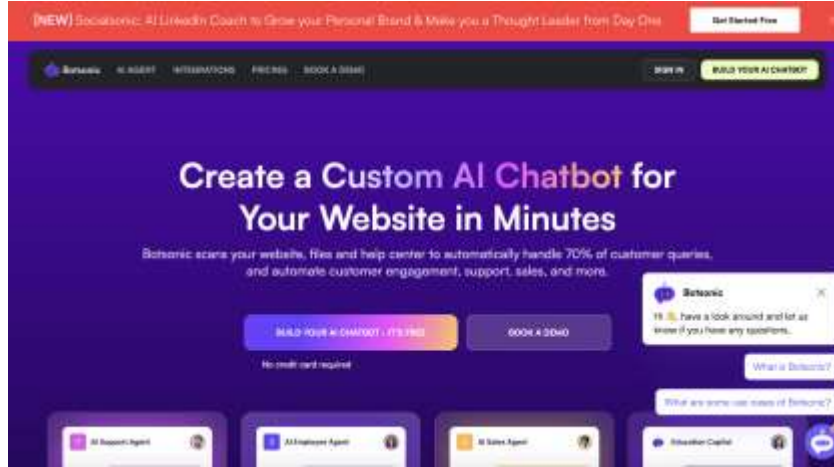


تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء والدعم

AI Applications in Customer Service and Support



Botsonic



الذكاء الاصطناعي في تحليلات التسويق وإعداد التقارير

Artificial Intelligence in Marketing Analytics and Reporting

تعرف على كيفية قيام الذكاء الاصطناعي بإحداث ثورة في تحليلات التسويق وإعداد التقارير، حيث ستتعرف على كيفية تطبيق الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات ، وتوليد الرؤى ، وإعداد التقارير الآلية لدفع قرارات تسويقية أكثر استنارة.

جمع البيانات : تقوم الأدوات التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي بجمع البيانات وتوحيدها من مصادر متعددة

تحليل البيانات : تحدد خوارزميات التعلم الآلي الأنماط والاتجاهات في بيانات التسويق.



الذكاء الاصطناعي في تحليلات التسويق وإعداد التقارير

Artificial Intelligence in Marketing Analytics and Reporting

تعرف على كيفية قيام الذكاء الاصطناعي بإحداث ثورة في تحليلات التسويق وإعداد التقارير، حيث ستعرف على كيفية تطبيق الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات ، وتوليد الرؤى ، وإعداد التقارير الآلية لدفع قرارات تسويقية أكثر استنارة.

حيل البصيرة: تولد نماذج الذكاء الاصطناعي رؤى وتوصيات قابلة للتنفيذ.
Automated Reporting : إنشاء تقارير ولوحات معلومات مخصصة تعتمد على الذكاء الاصطناعي.



الذكاء الاصطناعي في التسويق المؤثر

Artificial Intelligence in Influencer Marketing

اكتشف كيف يقوم الذكاء الاصطناعي بتحويل استراتيجيات التسويق المؤثرة، حيث ستتعرف علي كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في تحديد المؤثرين المناسبين ، والتنبؤ بأداء الحملة ، وتحسين التعاون مع المؤثرين لتحقيق أقصى تأثير.

1. كشف الاحتيال: تكتشف الأدوات التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي المتابعين المزيفين والمشاركة لضمان التعاون الحقيقي.

2. التنبؤ بالأداء : تتنبأ نماذج التعلم الآلي بالوصول المحتمل ومشاركة حملات المؤثرين.

3. اكتشاف المؤثرين : تحدد خوارزميات الذكاء الاصطناعي المؤثرين ذوي الصلة بناء على التركيبة السكانية للجمهور ومقاييس المشاركة.

الذكاء الاصطناعي في أتمتة التسويق

Artificial Intelligence in Marketing Automation



اكتشف كيف يعمل الذكاء الاصطناعي على تحسين عمليات أتمتة التسويق. حيث سيتضح لك كيفية تكامل الذكاء الاصطناعي في أتمتة المهام المتكررة ، وتخصيص رحلات العملاء ، وتحسين سير عمل التسويق لتحسين الكفاءة والفعالية.

1. تحسين سير العمل : تحدد خوارزميات الذكاء الاصطناعي وتقتراح

تحسينات على سير عمل التسويق.

2. رحلات العملاء الشخصية : رسم الخرائط القائمة على الذكاء الاصطناعي

وتحسين رحلات العملاء الفردية.

الذكاء الاصطناعي في أتمتة التسويق

Artificial Intelligence in Marketing Automation



اكتشف كيف يعمل الذكاء الاصطناعي على تحسين عمليات أتمتة التسويق. حيث سيتضح لك كيفية تكامل الذكاء الاصطناعي في أتمتة المهام المتكررة ، وتخصيص رحلات العملاء ، وتحسين سير عمل التسويق لتحسين الكفاءة والفعالية.

3. تسجيل نقاط الرصاص التنبؤية : تتنبأ نماذج التعلم الآلي بجودة العملاء المحتملين وتعطي الأولوية للمتابعة.

4. التوزيع الآلي للمحتوى : جدول وتوزيع المحتوى التسويقي عبر القنوات مدعومه بالذكاء الاصطناعي.

الذكاء الاصطناعي في أتمتة التسويق

Artificial Intelligence in Marketing Automation

/// make

make



الذكاء الاصطناعي في الامتثال التسويقي وسلامة العلامة التجارية

Artificial Intelligence in Marketing Compliance and Brand Safety

اكتشف كيف يعمل الذكاء الاصطناعي على تعزيز الامتثال التسويقي وتدابير أمان العلامة التجارية، حيث ستتعرف على كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في مراقبة المحتوى ، وضمان الامتثال التنظيمي ، وحماية سمعة العلامة التجارية عبر قنوات التسويق الرقمي.

منع الاحتيال الإعلان : تقوم خوارزميات الذكاء الاصطناعي باكتشاف ومنع أشكال مختلفة من الاحتيال الإعلان.

إدارة سمعة العلامة التجارية : تحليل مشاعر القارئ على الذكاء الاصطناعي ومراقبة ذكر العلامة التجارية.



الذكاء الاصطناعي في الامتثال التسويقي وسلامة العلامة التجارية

Artificial Intelligence in Marketing Compliance and Brand Safety

اكتشف كيف يعمل الذكاء الاصطناعي على تعزيز الامتثال التسويقي وتدابير أمان العلامة التجارية، حيث ستتعرف على كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في مراقبة المحتوى ، وضمان الامتثال التنظيمي ، وحماية سمعة العلامة التجارية عبر قنوات التسويق الرقمي.

الامتثال التنظيمي : تضمن نماذج التعلم الآلي التزام المواد التسويقية بلوائح الصناعة.

مراقبة المحتوى : تقوم الأدوات التي تعمل بنظام الذكاء الاصطناعي بفحص المحتوى الذي يحتمل أن يكون ضارا أو غير متوافق ووضع علامة عليه.

الذكاء الاصطناعي في تكامل التسويق عبر القنوات

Artificial Intelligence in channel Marketing Channels Integration

اكتشف كيف تسهل الذكاء الاصطناعي التكامل التسويقي السلس عبر القنوات، حيث سيتضح لك كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في إنشاء تجارب تسويقية متماسكة عبر قنوات متعددة ، وتحسين مزيج القنوات ، وتحسين الأداء التسويقي العام.

تحليل أداء القناة : تقوم خوارزميات الذكاء الاصطناعي بتحليل بيانات الأداء عبر جميع قنوات التسويق.

تخطيط رحلة العميل : رسم خرائط مدفوعة الذكاء الاصطناعي لتفاعلات العملاء عبر نقاط اتصال متعددة.



الذكاء الاصطناعي في تكامل التسويق عبر القنوات

Artificial Intelligence in channel Marketing Channels Integration

اكتشف كيف تسهل الذكاء الاصطناعي التكامل التسويقي السلس عبر القنوات، حيث سيتضح لك كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في إنشاء تجارب تسويقية متماسكة عبر قنوات متعددة ، وتحسين مزيج القنوات ، وتحسين الأداء التسويقي العام.

التحسين عبر القنوات : تقترح نماذج التعلم الآلي مزيجا مثاليا من القنوات لكل شريحة من العملاء.

التقارير الموحدة : دمج مدعوم الذكاء الاصطناعي للبيانات من جميع القنوات للحصول على رؤى شاملة.





شكراً لكم