الذكاء الاصطناعي في التسويق الالكتروني

تعريف الذكاء الاصطناعي

- الذكاء الاصطناعي هو الحدود الجديدة للإنسانية، بمجرد عبور هذه الحدود، سيؤدي الذكاء الاصطناعي إلى شكل جديد من الحضارة الإنسانية. المبدأ التوجيهي للذكاء الاصطناعي ليس أن يصبح مستقلًا أو يحل محل الذكاء البشري، ولكن يجب علينا أن نتأكد من تطويره من خلال نهج إنساني قائم على القيم وحقوق الإنسان.
الأمم المتحدة –
- هو تقنية متطورة بسرعة تحاول محاكاة AI الذكاء الاصطناعي الذكاء البشري باستخدام الآلات
- هذا يمكنها من القيام بمجموعة واسعة من المهام من البسيطة إلى المعقدة
- هو مجال يهدف إلى تطوير أنظمة تكنولوجية قادرة على محاكاة الذكاء البشري
- يستخدم في تحليل البيانات، التعلم الآلي، واتخاذ القرارات الذكية
- في أبسط صورة، يعد الذكاء الاصطناعي (المعروف اختصارًا بـ "الذكاء الصناعي") مجالًا يجمع بين علوم الكمبيوتر ومجموعات البيانات الكبيرة لحل المشكلات. ويشمل أيضًا مجالات فرعية مثل التعلم الآلي والتعلم العميق، والتي غالبًا ما يتم ذكرها جنبًا إلى جنب مع الذكاء الاصطناعي.
IBM-

كيف يعمل الذكاء الاصطناعي

- البيانات: أساس عمل الذكاء الاصطناعي
- الخوارزميات: قواعد رياضية تحلل البيانات وتستخرج منها المعلومات
- الشبكات العصبية الاصطناعية: نموذج محاكاة للشبكات العصبية في الدماغ البشري
- التعلم: قدرة الآلات على تحسين أدائها مع مرور الوقت

أهمية الذكاء الاصطناعي

- تحسين كفاءة العمليات: أتمتة المهام المتكررة وتوفير الوقت والجهد
- زيادة دقة البيانات: تحليل البيانات بدقة وكفاءة
- اكتساب رؤى ثاقبة: اكتشاف أنماط واتجاهات جديدة في البيانات
- تحسين تجربة العملاء: تقديم تجارب شخصية ومخصصة للعملاء
- زيادة المبيعات: الوصول إلى المزيد من العملاء وتحقيق المزيد من المبيعات

الذكاء الاصطناعي في أرقام

- من البيانات العالمية تم إنشاؤها في العامين الماضيين 90%
- من الشركات تعتمد على الذكاء الاصطناعي في استراتيجياتها التسويقية 70%
- من الشركات زادت مبيعاتها باستخدام الذكاء الاصطناعي 40%
- التأثير الاقتصادي
  - تريليون دولار: مساهمة متوقعة للذكاء الاصطناعي في الاقتصاد العالمي بحلول عام 2030 15.7
  - مليار دولار: قيمة السوق العالمية للذكاء الاصطناعي في عام 2022 375
  - مليون وظيفة: عدد الوظائف التي سيخلقها الذكاء الاصطناعي بحلول عام 2025 1.56
  - الاستخدام في الشركات
    - من الشركات تعتقد أن الذكاء الاصطناعي سيكون أولوية قصوى في عام 2024 83%
    - من الشركات تستخدم بالفعل الذكاء الاصطناعي في عملياتها 70%
    - من الشركات تعتقد أن الذكاء الاصطناعي سيساعدها على تحسين خدمة العملاء 63%
  - التأثير على المستهلكين
    - من المستهلكين على استعداد لاستخدام الذكاء الاصطناعي للتفاعل مع الشركات 78%
    - من المستهلكين يعتقدون أن الذكاء الاصطناعي سيجعل حياتهم أسهل 66%
    - من المستهلكين يعتقدون أن الذكاء الاصطناعي سيجعل تجارب التسوق أكثر شخصية 52%
  - الذكاء الاصطناعي في العالم العربي
    - مليار دولار: قيمة السوق العربية للذكاء الاصطناعي في عام 2022. 1.4
    - من الشركات العربية تستخدم الذكاء الاصطناعي في عملياتها. 35%
    - من الحكومات العربية لديها استراتيجية وطنية للذكاء الاصطناعي. 20%
    - مصادر هذه الإحصائيات:
      - PwC
      - Gartner
      - McKinsey & Company
      - Statista
      - Arab Monetary Fund
- دمج الذكاء الاصطناعي في جميع جوانب الحياة
تطوير أدوات ذكية جديدة: أسهل وأكثر فاعلية
تأثير كبير على الاقتصاد والمجتمع: فرص جديدة وتحديات جديد.

كيف تخاطب روبوتات الدردشة

- جمع البيانات: يتم جمع البيانات من مصادر مختلفة، مثل مواقع الويب، والتطبيقات، وأجهزة الاستشعار، إلخ
- تجهيز البيانات: يتم تنظيف البيانات ومعالجتها لجعلها مناسبة للتدريب
- تدريب الخوارزميات: يتم تدريب الخوارزميات على البيانات باستخدام تقنيات مختلفة، مثل التعلم الآلي والتعلم العميق
- اختبار الخوارزميات: يتم اختبار الخوارزميات على مجموعات بيانات جديدة لتقييم أدائها
- نشر الخوارزميات: يتم نشر الخوارزميات في تطبيقات حقيقية

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي

- البحث والتحليل
  - الذكاء الاصطناعي: أداة تحليلية قوية
  - فهم سلوك العملاء: تحليل البيانات لفهم احتياجاتهم
  - اتجاهات السوق: تحديد فرص جديدة وتحليلها
  - تحليل المنافسة: نقاط قوة وضعف المنافسين
- أدوات تحليل البيانات
  - Google Analytics
  - Hootsuite
  - Sprout Social
  - Mention
  - Gemini
- تحليل المواقع الإلكترونية
  - Semrush
  - Moz
- التخطيط
  - IBM Watson Marketing
  - Microsoft Azure Machine Learning
  - Gemini
  - GPT
  - Copilot
- توليد الأفكار
  - ChatGPT
  - Gemini
  - CopiLot
- صناعة شخصية العميل
  - Click up
  - Rockcontent
  - Hubspot
- أدوات كتابة المحتوى
  - Jasper
  - Copy.ai
  - Grammarly
  - ProWritingAid
  - Arabi ai
  - Katteb
  - Sahehly
  - Reverso context
  - Bard: now Gemini
  - LaMDA
  - GPT-3
- صناعة المحتوى الجرافيكي
  - Canva.com
  - Leonardo
  - midjourney
  - DALL.E
  - Adobe
  - Freepik
  - Bing image generator (Copilot)
- تصميم الفيديوهات
  - DALL-E 2
  - Synthesia
  - Capcut
  - Canva
  - Invideo
  - Sora
- أدوات التعليق الصوتي
  - Murf AI
  - Respeecher
  - Adobe Audition
  - iZotope RX
  - Noise reducer
  - Canva
- إنشاء مواقع الويب وتطبيقات الهاتف
  - Webflow
  - Bubble
  - Framer
  - Adobe Sensei
  - Gemini
- إدارة السوشيال ميديا
  - Hootsuite
  - Buffer
  - Sprout Social
  - Later
  - Jarvis

ما هي إطارات المطالبة في مخاطبة روبوتات الدردشة

- إطارات المطالبة أو الأطر السريعة هي أدوات أساسية لتوليد نواتج دقيقة وفعالة من نظم الذكاء الاصطناعي ومعالجة اللغات الطبيعية
- كل إطار له سماته الفريدة، مما يجعله مناسبًا إلى حد ما لأنواع معينة من المهام
- لأنها تعمل كمخطط، وتوجه المستخدم في طرح الأسئلة الصحيحة بالطريقة الصحيحة
- من خلال الالتزام بإطار عمل، يمكن للمستخدمين التأكد من أن مطالبهم واضحة ومركزة ومتوافقة مع أهدافهم، وبالتالي زيادة فائدة وكفاءة نماذج الذكاء الاصطناعي
- RTF Framework
  - من أشهر إطارات الدردشة
    - الدور R – Role
    - المهمة T – Task
    - الشكل F – Format
  - Act like a [insert the role you want AI to take] in [insert format] format Give me a [insert task].
- Chain of Thoughts
  - هنا نطلب من الذكاء الاصطناعي المطلوب خطوة بخطوة في تسلسل:
  - [insert your prompt instructions]. Let's think through it step-by-step.
- RTF + COT
  - هنا نقوم بدمج الإطارين السابقين
- RISEN Framework
  - إطار مميز جدًا في الموضوعات المعقدة مثل المقالات والأبحاث
  - الدور
  - التعليمات
  - الخطوات
  - الهدف النهائي
  - التضييق
- Chain of Density
  - المعيار: إليك المزيد من المعلومات حول ما الذي يجعل المطالبة جيدة
  - الوضوح والخصوصية
    - كن واضحًا: يجب أن يكون من السهل فهم المطلب.
    - كن محددًا: غالبًا ما تسفر الأسئلة الغامضة عن إجابات غامضة. كلما كنت أكثر تحديدًا، كان من الأفضل أن يولد الذكاء الاصطناعي استجابة مستهدفة
  - الإجابات المفتوحة مقابل مغلقة النهاية
    - نهاية مفتوحة: استخدم أسئلة مفتوحة لإجابات شاملة أو عندما تريد أن يولد الذكاء الاصطناعي أفكارًا متعددة
    - نهاية مغلقة: استخدم نعم/لا أو أي منهما/أو أسئلة عندما تحتاج إلى إجابة مباشرة
  - السياق
    - توفير السياق: كلما زاد السياق الذي تقدمه، زاد فهم الذكاء الاصطناعي للسيناريو الذي تطلبه
    - الإطار الزمني: إذا كان السؤال يعتمد على وقت أو تسلسل معين، فتأكد من تضمينه
  - الغرض
    - حدد هدفك: سواء كان الأمر يتعلق بجمع المعلومات، أو إنشاء نص، أو حل مشكلة، أو أي شيء آخر، أوضح هدفك
    - نوع السؤال: صمم مطالبتك بناءً على ما تبحث عنه، التفسيرات والملخصات والكتابة الإبداعية وما إلى ذلك
  - البساطة
    - تجنب المصطلحات الفنية: ما لم يكن ذلك ضروريًا، ابتعد عن اللغة المعقدة أو المصطلحات الخاصة
    - تكون ،(حافظ على البساطة، والغباء في بعض الأحيان) K.I.S.S المطالب الأبسط أكثر فعالية في الحصول على الاستجابة المطلوبة

تكملة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي

- الرد على رسائل الجمهور
  - Meta business suite
  - ManyChat
  - Botsify
  - Dialogflow
  - Google Cloud AI
- عمل وتحليل الإعلانات
  - Facebook AI
  - Google Ads Smart Display Campaigns
  - Adobe Sensei
  - Jasper AI
  - Facebook Audience Insights
  - Google Analytics
  - SEMrush
  - BuzzSumo
  - AnswerThePublic
- تحليلات وإدارة مواقع الويب وتحسين محركات البحث
  - Google Analytics
  - Facebook Ads Insights
  - SEMrush
  - Adobe Analytics
  - Tableau
- التسويق عبر البريد الإلكتروني
  - Mailchimp
  - ActiveCampaign
  - Klaviyo
  - SendGrid
  - Bananatag

أنواع الذكاء الاصطناعي

- التعلم الآلي: حل المشكلات وتحسين الأداء
- التعرف على الصور: تحليل الصور وفهمها
- معالجة اللغة الطبيعية: فهم اللغة البشرية ومعالجتها
- الروبوتات: تنفيذ المهام في العالم الحقيقي
- الرؤية الحاسوبية: قدرة الآلات على رؤية وفهم العالم من خلال الصور والفيديوهات
- تعلم الآلة العميقة: فرع من التعلم الآلي يستخدم شبكات عصبية اصطناعية لتحليل البيانات واتخاذ القرارات
- نماذج اللغة
  - برامج كمبيوتر تدرب على كميات هائلة من النصوص لتوليد نصوص مشابهة للنصوص التي كتبها البشر
  - تطبيقات في التسويق الرقمي
    - كتابة محتوى مخصص للجمهور المستهدف
    - إنشاء رسائل بريد إلكتروني شخصية
    - كتابة إعلانات فعالة
    - إنشاء عناوين جذابة
    - تلخيص النصوص
    - ترجمة النصوص
- البيانات الضخمة
  - كميات هائلة من البيانات يتم جمعها وتحليلها من مختلف المصادر
  - تطبيقات التسويق الرقمي
    - فهم سلوك العملاء واحتياجاتهم
    - تحسين استهداف الإعلانات
    - تحليل أداء الحملات التسويقية
    - اكتشاف فرص جديدة
- البحث الدلالي
  - تقنية لفهم معنى النصوص وتحليلها
  - تطبيقات التسويق الرقمي
    - تحسين تحسين محركات البحث
    - تحليل محتوى المنافسين
    - فهم احتياجات العملاء
    - تحسين تجربة المستخدم

تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الإلكتروني

- التحليل والتخطيط
- تحسين تجربة العملاء
- استهداف الجمهور بدقة
- تحسين تحليلات التسويق
- انشاء وصناعة المحتوى
- الإعلانات المدفوعة
- التسويق عبر البريد الإلكتروني
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- روبوتات الدردشة
- التسعير الديناميكي
- تحسين كفاءة العمليات: أتمتة المهام المتكررة وتوفير الوقت والجهد
- زيادة دقة البيانات: تحليل البيانات بدقة وكفاءة
- اكتساب رؤى ثاقبة: اكتشاف أنماط واتجاهات جديدة في البيانات
- تحسين تجربة العملاء: تقديم تجارب شخصية ومخصصة للعملاء
- زيادة المبيعات: الوصول إلى المزيد من العملاء وتحقيق المزيد من المبيعات
- التكلفة المرتفعة
- الاعتماد على البيانات: يتطلب الذكاء الاصطناعي كميات هائلة من البيانات للعمل بشكل فعال
- المخاطر الأخلاقية
- فقدان الوظائف: قد يؤدي استخدام الذكاء الاصطناعي إلى فقدان بعض الوظائف
- نقص الشفافية: قد يكون من الصعب فهم كيفية عمل بعض أدوات الذكاء الاصطناعي

فوائد استخدام الذكاء الاصطناعي

- زيادة الإنتاجية: إنجاز المهام بشكل أسرع وأكثر كفاءة
- تحسين صنع القرار: اتخاذ قرارات ذكية بناءً على البيانات
- اكتشاف فرص جديدة: تحليل البيانات للعثور على فرص جديدة
- خلق تجارب مخصصة: تلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل

Presented with xmind