

النشرة الفنية للبرنامج التدريبي
تطبيقات الذكاء الاصطناعي (AI) في تحسين تجربة العملاء
وزيادة الولاء

5 أيام، 15 ساعة
يبدأ بتاريخ 2024/02/11م
تدريب إلكتروني ... Live ((•))

بطاقة معلومات البرنامج:

مدة التدريب	: 5 أيام، (15) ساعة
مكان التدريب	: تدريب إلكتروني - Live
تاريخ الانعقاد	: 2024/02/15-11 م
توقيت التدريب	: يتم تحديد التوقيت قبل بأسبوع
لغة التدريب	: اللغة العربية مع بعض المصطلحات الفنية باللغة الإنجليزية
شهادة التدريب	: شهادة صادرة من مجموعة الجهود المشتركة "نسبة الحضور لا تقل عن 90%"
أساليب التدريب	: <ul style="list-style-type: none">- أسلوب العصف الذهني.- أسلوب السيناريوهات.- أسلوب تمارين وأنشطة الفريق.- أسلوب تقديم الحلول والممارسات.- أسلوب تقديم مهام وواجبات أثناء التدريب وبعده.- أسلوب قياس تقدم المشارك بشكل يومي من قبل المدرب والمنسق.- أسلوب تمارين لعب الأدوار والتدريبات الجماعية وتبادل الخبرات.- إجراء مشروع عملي يستخدم احدي تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العميل.
الفئة المستهدفة	: <ul style="list-style-type: none">- مدراء خدمة العملاء.- مدراء العلامة التجارية.- متخصصون تطوير الأعمال.- متخصصون التسويق والمبيعات.- أصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة.- مدراء ومحترفون إدارة وتطوير برامج الولاء.- متخصصون خدمة العملاء والعناية بالعملاء.- مدراء ومحترفون إدارة وتطوير تجربة العملاء.

الذكاء الاصطناعي في سماء المؤسسات:

تعمل تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على تحسين أداء المؤسسات وإنتاجيتها عن طريق أتمتة العمليات أو المهام التي كانت تتطلب القوة البشرية فيما مضى. كما يمكن للذكاء الاصطناعي فهم البيانات على نطاق واسع لا يمكن لأي إنسان تحقيقه. وهذه القدرة يمكن أن تعود بمزايا كبيرة على الأعمال، فعلى سبيل المثال، تستخدم شركة Netflix التعلم الآلي لتوفير مستوى من التخصيص مما ساعد الشركة على تنمية قاعدة عملائها بأكثر من 25 بالمائة؛ إذاً الذكاء الاصطناعي هو مجموعة من التقنيات والعمليات التي تهدف إلى جعل الأنظمة والأجهزة تبدو وكأنها تتصرف بطريقة تشبه الذكاء البشري بهدف تطوير

الكمبيوترات والبرمجيات التي يمكنها تنفيذ مهام تعتبر تقليدياً لقدرات البشر، مثل التعلم من الخبرة، واتخاذ قرارات، وحل المشكلات، والتعرف على الأنماط، والتفاعل مع البيئة المحيطة.

إنَّ المبدأ الرئيسي للذكاء الاصطناعي هو أن يحاكي ويتخطى الطريقة التي يستوعب ويتفاعل بها البشر مع العالم من حولنا من خلال مبدأ التعلم الآلي لتحقيق ما هو أبعد من الذكاء الاصطناعي وهو الذكاء الاصطناعي التوليدي. الأمر الذي أصبح سريعاً الركيزة الأساسية لتحقيق الابتكار في نماذج الأعمال التي تتعرف على أنماط البيانات بما يُمكن من عمل التنبؤات، حيث يمكن للذكاء الاصطناعي إضافة قيمة إلى أعمال المؤسسات اليوم من خلال توفير فهم أكثر شمولية لفيض البيانات المتوفرة، والاعتماد على التنبؤات من أجل أتمتة المهام ذات التعقيد الشديد فضلاً عن المهام المعتادة. لا سيما أن ما يشهده العالم من تطور رقمي وتقني يحتم المضي في هذا الجانب لضمان منظومة أعمال متكاملة ومتناغمة.

الذكاء الاصطناعي وارتباطه بتحسين تجربة العميل:

يسهم الذكاء الاصطناعي (AI) والذكاء الاصطناعي التوليدي والتجديدي (Generative AI & Regenerative AI) على تغيير الطريقة التي تعمل بها المنشآت، ولا تشكل تجربة العملاء استثناء، حيث يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة العملاء بطرق متنوعة، بما في ذلك:

- تصميم تجربة مستخدم وواجهة مستخدم مناسبة ومنافسة تفوق التوقعات (UX/UI).
 - ادارة انظمة المؤسسات وضمان عملها الدائم بفعالية عالية بأقل التكاليف (Open API) وأقصى درجات الامن السيبراني والحماية على الشبكات السحابية (Cloud Base) لتحقيق رؤيا 360 عن العميل (360 Customer View).
 - التخصيص: يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتخصيص تجربة العميل عن طريق تحليل بيانات العميل لإنشاء ملف شامل لكل عميل. يمكن استخدام هذه البيانات لوضع توصيات مخصصة للمنتجات والخدمات، وتقديم عروض مستهدفة، وتقديم محتوى مخصص.
 - التحليلات التنبؤية: يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بسلوك العملاء، مما يمكن أن يساعد المنشآت على توقع احتياجات العملاء وأولوياتهم. يمكن أن يؤدي ذلك إلى زيادة رضا العملاء وولائهم.
 - خدمة العملاء المؤتمتة: يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لأتمتة مهام خدمة العملاء، مثل الإجابة على الأسئلة المتداولة وحل المشكلات البسيطة. وهذا يمكن أن يوفر لمثلي خدمة العملاء الفرصة للتركيز على القضايا الأكثر تعقيداً، مما يؤدي إلى خدمة عملاء أسرع وأكثر كفاءة.
 - روبوت المحادثة و Chat CPT: هي نوع من الذكاء الاصطناعي الذي يمكن استخدامه لتقديم خدمة العملاء مستمرة. يمكن للمحادثات الإجابة على أسئلة العملاء وحل المشكلات وتوفير معلومات حول المنتجات والخدمات. ويمكن أن يساعد ذلك المنشآت على تحسين رضا العملاء وتقليل تكاليف خدمة العملاء.
 - الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR): إن تقنية VR و AR هي تقنيات رائعة يمكن استخدامها لخلق تجربة عملاء أكثر تفاعلاً وواقعية. على سبيل المثال، يمكن استخدام الواقع الافتراضي VR للسماح للعملاء لمعاينة المنتجات أو الخدمات قبل شرائها، ويمكن استخدام الواقع المعزز AR لتوفير معلومات المنتج والتعليمات.
- هذه هي مجرد عدد قليل من الطرق التي يمكن أن تستخدم الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة العملاء. ومع استمرار الذكاء الاصطناعي في التطور، يمكننا أن نتوقع رؤية طرق أكثر ابتكاراً لاستخدام هذه التقنية لخلق تجربة عملاء أكثر كفاءةً وتنبؤاً وتفاعلاً.

ملخص البرنامج التدريبي:

من خلال مشاركتك في البرنامج التدريبي مع مجموعة الجهود المشتركة ستتعرف على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها في ايجاد تفكير ونظرة مهنية تتمحور حول تجربة العميل وتقديم أفضل الممارسات في التركيز على زيادة ولاء العميل وكيفية الحصول على ملاحظات العملاء ومعالجتها بكل سهولة ويسر وأقل وقت ممكن.

حيث يعتبر الذكاء الاصطناعي ميزة إستراتيجية حتمية وتنافسية، تعمل على الحصول على كفاءة أكبر قادرة على تعزيز تجربة العميل من خلال إنجاز المزيد من المهام في وقت أقل، والتنبؤ بنتائج الأعمال لزيادة الربحية والحد من تسرب العملاء من خلال توقع احتياجاتهم وأولوياتهم وتقديم تجربة أكثر سلاسة لهم، وسيمتاز البرنامج بالتركيز على اهم الجوانب العملية واستعراض الممارسات المثلى في موضوع البرنامج التدريبي، ومحاولة إدخال بعض من التمارين ولعب الأدوار، مع التعليقات من المشاركين والإندماج بين المشارك والمدرّب، كما سيتم العمل على تقديم منهجيات وأساليب تُساعد على تشجيع المشاركين على مشاركة تجارب الحياة العملية الحقيقية.

الجدارات المستهدفة:

- جدارة ممارسة تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- جدارة تحسين العمليات من خلال توظيف الذكاء الاصطناعي.
- جدارة تحسين تجربة العميل باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- جدارة المحافظة على العميل وزيادة ولاءه بربطها في تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- جدارة تطوير الأعمال وزيادة معايير الأداء للمؤسسة (مثلا الارباح، الحصة السوقية، الانتشار،.....الخ).

أهداف البرنامج التدريبي:

- في نهاية البرنامج التدريبي يجب ان يكون المشاركون قادرين على ربط تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العميل وزيادة ولاءه الى منظّمته من خلال الإلمام بكل مما يلي:
- التطبيقات والمفاهيم العملية والعلمية لاستراتيجية ادارة تجربة العميل وأثرها على تعزيز مفاهيم الولاء.
 - مفهوم الذكاء الاصطناعي واستخدام تطبيقاته لتكون وفق الممارسات المثلى لتحقيق تجربة عميل متميزة.
 - تمكين الأشخاص الذين يقومون على خدمة العملاء في كل نقطة من نقاط الإتصال الرئيسية على طول رحلة التواصل مع العميل.
 - الحرص على اختيار تطبيق الذكاء الاصطناعي الأفضل وفق ما يلائم طبيعة عمل المنشأة واستراتيجية خدمة العملاء لديها.
 - التحسين من تجربة العميل وتعزيز الإنتاجية لما تضيفه تطبيقات الذكاء الاصطناعي من ميزات إلى عمليات الأعمال المتعارف عليها بين المنشآت.
 - الفوائد التي ستعود على المنشأة من خلال استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العميل وزيادة ولاءه من خلال ما توفره من وقت وجهد وعدة اجراءات ستصبح المنشأة بغنى عنها مستقبلاً، ومايقابلها من تحديات ومخاطر.

المحاور الرئيسية للتدريب:

- المحور الأول: استراتيجية ادارة تجربة العميل (CX) وبناء ثقافة تتمحور حول التركيز على العملاء
- مفهوم ادارة تجربة العميل (CX).

- التعريف باستراتيجية ادارة تجربة العميل (CX).
- أركان استراتيجية ادارة تجربة العميل (CX).
- أساسيات بناء ثقافة التركيز على العميل وزيادة ولاءه.
- ما هي العلاقة بين استراتيجية التحول الرقمي واستراتيجية ادارة وتطور تجربة العملاء؟

المحور الثاني: الذكاء الاصطناعي (AI)

- مفهوم الذكاء الاصطناعي وتاريخه.
- أدوات الذكاء الاصطناعي وخارطة الطريق.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الحياة اليومية والصناعات المختلفة.
- الذكاء الاصطناعي التجديدي والذكاء الاصطناعي التوليدي:
 - مفهوم الذكاء الاصطناعي التجديدي والذكاء الاصطناعي التوليدي.
 - الفرق بين الذكاء الاصطناعي التجديدي والذكاء الاصطناعي التوليدي.
 - التطبيقات العملية في الذكاء الاصطناعي التجديدي والتوليدي.
 - استخدامات الذكاء الاصطناعي التجديدي والذكاء الاصطناعي التوليدي في بيئة عمل المؤسسات.

المحور الثالث: الذكاء الاصطناعي وتحسين تجربة العملاء

- تحديد الاهداف: ما الذي تأمل في تحقيقه باستخدام الذكاء الاصطناعي لتجربة التعامل مع العملاء؟ هل ترغب في زيادة رضا العملاء، أو تقليل تكلفة العملاء، أو زيادة المبيعات والإيرادات؟
- تقييم تجربة العملاء الحالية الخاصة بك: كيف هي تجربة عملائك حالياً؟ ما هي نقاط القوة والضعف في تجربة عملائك الحالية؟
- البحث عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي: هناك مجموعة متنوعة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي المتاحة، تستطيع اختيار اي منها بما يتناسب مع طبيعة عمل منشأتك..
- تنفيذ التطبيق: بمجرد أن تختار تطبيق الذكاء الاصطناعي، قم بتنفيذه في منشأتك، قد يتضمن ذلك تدريب الموظفين على كيفية استخدام التطبيق ودمجه مع الأنظمة الموجودة في المنشأة وجمع البيانات لقياس النتائج.
- القيام بقياس النتائج: بمجرد تنفيذ الذكاء الاصطناعي، قم بقياس النتائج لمعرفة ما إذا كان يلي أهدافك، إذا لم يكن الأمر كذلك، فقد تحتاج إلى تصحيح الاجراء أو الأهداف.

المحور الرابع: النتائج المتوقعة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ادارة تجربة العملاء

- فوائد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ادارة تجربة العملاء.
- تحديات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ادارة تجربة العملاء.
- مخاطر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في ادارة تجربة العملاء.
- أفضل ممارسات التطبيق لتحقيق الأهداف المرجوة.