BLACKBIRD FOR TRAINING

الذكاء الاصطناعي لفهم العملاء والتميز في الخدمة

June 2027 11 – 7

أمستردام (هولندا)



الذكاء الاصطناعي لفهم العملاء والتميز في الخدمة

المرجع: 200076_3255225 **التاريخ:** 7 – 11 June 2027 **المكان:** أمستردام (هولندا) **الرسوم:** GBP 5900

مقدمة

أصبحت المؤسسات في العصر الرقمي تدرك أن العميل هو محور النجاح، وأن القدرة على فهم احتياجاته وتوقع سلوكه تمثل عنصراً حاسماً في تحقيق التفوق التنافسي. ومع التطور السريع للتقنيات، يبرز الذكاء الاصطناعي لفهم العملاء والتميز في الخدمة كأداة استراتيجية تمنح المؤسسات القدرة على تحليل كمّ هائل من البيانات، استخراج رؤى دقيقة، وتحويلها إلى خطوات عملية ترفع من مستوى رضا العملاء وتعزز الولاء.

هذه الدورة صممت لتزويد القادة والمديرين والمتخصصين بالمهارات والأدوات التي تمكنهم من استخدام الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات خدمة العملاء، من خلال بناء فهم عميق لتوقعاتهم، وتحسين تجربة التعامل معهم عبر قنوات متعددة، بما يساهم في رفع الكفاءة التشغيلية وتحقيق نتائج ملموسة على مستوى الأداء المؤسسي.

أهداف الدورة

بنهاية الدورة سيتمكن المشاركون من:

- فهم أساسيات استخدام الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء وتحليل سلوكهم.
- تطبيق تقنيات تحليل البيانات لاستخراج رؤى دقيقة حول تفضيلات العملاء.
- تصميم استراتيجيات مخصصة لتعزيز تجربة العميل عبر مختلف نقاط التواصل.
- استخدام النماذج التنبؤية لتوقع احتياجات العملاء المستقبلية.
- تحسين كفاءة مراكز الخدمة والدعم الفني من خلال الأدوات الذكية.
- دمج الذكاء الاصطناعي مع أنظمة إدارة العلاقات المؤسسية.
- تقييم أثر استراتيجيات خدمة العملاء على مؤشرات الأداء الرئيسية.
- التعامل مع التحديات الأخلاقية المرتبطة باستخدام بيانات العملاء.



محاور الدورة

اليوم الأول: مقدمة في الذكاء الاصطناعي لفهم العملاء

- مفهوم الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في مجال خدمة العملاء.
- دور البيانات في بناء صورة شاملة عن العملاء.
- المقارنة بين الأساليب التقليدية والحديثة في تحليل سلوك العملاء.
- استعراض حالات عملية من قطاعات مختلفة.
- التحديات التي تواجه المؤسسات في جمع وتحليل البيانات.
- ورشة نقاشية حول الفرص المتاحة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في البيئة المحلية.

اليوم الثاني: تحليل البيانات واستخراج الرؤى

- مصادر البيانات الداخلية والخارجية.
- آليات تنظيف البيانات وتحضيرها للتحليل.
- تقنيات تحليل السلوك الشرائي والتفاعلي.
- التنبؤ بالاحتياجات المستقبلية باستخدام النماذج الذكية.
- دراسة حالة: قطاع التجزئة والخدمات المالية.
- تمرين عملي على بناء لوحة متابعة للرؤى المستخلصة من البيانات.

اليوم الثالث: تحسين تجربة العميل

- استراتيجيات تخصيص الخدمة باستخدام الأدوات الذكية.
- تصميم تجارب رقمية سلسة عبر القنوات المتعددة.
- استخدام المحادثات الآلية لتحسين سرعة الاستجابة.
- تعزيز التفاعل عبر القنوات الرقمية والاجتماعية.
- قياس مستوى رضا العملاء باستخدام مؤشرات ذكية.
- نشاط جماعي لتطوير رحلة عميل متكاملة مدعومة بالتحليلات.



اليوم الرابع: أدوات التميز في خدمة العملاء

- أنظمة إدارة علاقات العملاء المدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- مراكز الاتصال الذكية وتحسين الكفاءة التشغيلية.
- تقنيات المساعدة الذاتية للعملاء عبر التطبيقات والمنصات.
- مراقبة جودة الخدمة في الزمن الحقيقي.
- أمثلة تطبيقية من قطاعات الاتصالات والبنوك.
- ورشة عمل لاختيار الأدوات المناسبة لبيئة العمل المحلية.

اليوم الخامس: الأبعاد الاستراتيجية والأخلاقية

- ربط استراتيجيات خدمة العملاء بالأهداف المؤسسية طويلة الأمد.
- الاعتبارات الأخلاقية في استخدام بيانات العملاء.
- معالجة التحيزات في النماذج الذكية.
- تقييم العائد على الاستثمار من مشاريع خدمة العملاء الذكية.
- مشروع جماعي: إعداد خطة شاملة لتعزيز تجربة العملاء.
- مراجعة عامة وربط المعرفة النظرية بالتطبيق العملي.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- اكتساب معرفة متقدمة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في فهم العملاء.
- تحسين دقة التنبؤ باحتياجات العملاء المستقبلية.
- رفع مستوى رضا العملاء وزيادة ولائهم.
- تطوير استراتيجيات خدمة مخصصة تدعم التميز التنافسي.
- تحسين كفاءة مراكز الخدمة وتقليل التكاليف التشغيلية.
- تعزيز القدرة على اتخاذ قرارات استراتيجية مبنية على البيانات.
- الاطلاع على أفضل الممارسات العالمية وأمثلة إقليمية ناجحة.
- المشاركة في ورش عملية لتطبيق الأدوات في بيئات عمل حقيقية.

الخاتمة

يمثل الذكاء الاصطناعي لفهم العملاء والتميز في الخدمة خطوة استراتيجية لكل مؤسسة تسعى لتعزيز موقعها التنافسي في السوق. فمن خلال تحليل البيانات، بناء رؤى معمقة، وتخصيص التجارب، يمكن للمؤسسات تحقيق مستويات أعلى من رضا العملاء ورفع قدرتها على النمو المستدام.



توفر هذه الدورة للمشاركين الأدوات العملية والخبرات العالمية اللازمة لتبني استراتيجيات خدمة عملاء متقدمة، مع التركيز على الكفاءة، الأخلاقيات، والنتائج الملموسة. وفي عالم يتغير بسرعة، يصبح الاستثمار في الذكاء الاصطناعي لخدمة العملاء ليس مجرد خيار، بل ضرورة لضمان النجاح والاستمرارية.

