

” معدلات انتشار التسويق الرقمي في ضوء التقدم
التكنولوجي للذكاء الاصطناعي ”

إعداد

أ.د. / عادل نور فلاته

أستاذ إدارة الأعمال والمالية

سوسة – تونس



مجلة تكنولوجيا العلوم الإنسانية والإدارية

المجلد (الأول) - العدد (الأول) - مسلسل العدد (٠١) - أغسطس ٢٠٢٤

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري

www.eatdonline.com

= 0 =

المجلد الأول - العدد الأول - أغسطس ٢٠٢٤

" معدلات انتشار التسويق الرقمي في ضوء التقدم التكنولوجي للذكاء الاصطناعي "

مقدمة

يعرف التسويق الرقمي بأنه استخدام الوسائط التكنولوجية من برامج ومواقع ومنصات ووسائل تواصل اجتماعي في عرض المنتجات وممارسة جميع مهام الاقناع والتواصل وتبادل المعلومات والبيع والعقود وتوصيل المنتج وتسليمه بالإضافة الى عمليات التغيير والاستبدال والاسترجاع بسرعة ودقة ومصداقية ، وجميعها توفر العديد من المزايا بالنسبة للمؤسسة أو العميل ، ويمكن تصنيف عمليات التسويق الرقمي الى :

١. التسويق من خلال محركات البحث من خلال تحسين ترتيب الموقع على نتائج البحث باستخدام تقنيات تحسين محركات البحث SEO أو شراء إعلانات مدفوعة PPC على محركات البحث للظهور أمام المستخدمين المستهدفين.

٢. التسويق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وإنستجرام من خلال إنشاء صفحات وحسابات رسمية للعلامات التجارية ونشر محتوى جذاب وتفاعلي يعزز التواصل مع المتابعين ويحفزهم على الشراء.

٣. التسويق من خلال قوائم البريد الإلكتروني باستخدام قوائم البريدية لإرسال رسائل ترويجية وعروض خاصة للمشتركين بشكل مباشر.

٤. التسويق الإعلان من خلال عرض إعلانات مدفوعة عبر مواقع الإنترنت سواء بشكل نصي أو صور أو فيديو إعلانية.

٥. التسويق بالمحتوى من خلال إنشاء ونشر محتوى قيم ومفيد يجذب القراء ويحسن تصنيف الموقع على محركات البحث.

٦. التسويق من خلال السماح للأشخاص بالترويج لمنتجات معينة والحصول على عمولة عند شراء أحد العملاء لتلك المنتجات.

٧. التسويق عبر المؤثرين بالتعاون مع شخصيات مؤثرة لدعم المنتجات ونشر الوعي بها.

وقد ذكرت العديد من المصادر أهمية التسويق الرقمي ، ويمكن تلخيصها فيما يلي :

- ١- إمكانية الوصول إلى جمهور أوسع بتكلفة أقل مقارنة بالتسويق التقليدي.
- ٢- سهولة استهداف فئات محددة من العملاء بناءً على اهتماماتهم وسلوكياتهم عبر الإنترنت.
- ٣- إمكانية تتبع سلوك المستخدمين ومراحل شرائهم بدقة أكبر.
- ٤- سرعة الوصول للعملاء والحصول على ردود أفعالهم.
- ٥- قابلية قياس النتائج بشكل دقيق من حيث المبيعات والعوائد الاستثمارية.
- ٦- سهولة التكيف مع احتياجات ورغبات العملاء المتغيرة.
- ٧- إمكانية التفاعل المباشر مع العملاء وبناء علاقات أقوى معهم.
- ٨- إمكانية تشغيل حملات إعلانية بميزانيات متنوعة.
- ٩- القدرة على الوصول للعملاء عبر الأجهزة المحمولة.

التسويق الرقمي والذكاء الاصطناعي :

في دراسة استقصائية شملت أكثر من ١٦٠٠ متخصص في التسويق الرقمي ، أشار ٦١ ٪ من العينة إلى أن التعليم الآلي والذكاء الاصطناعي هم أهم المهام التي يجب أن تضعها أي شركة في خططها السنوية ، هذا بالإضافة الى نتائج دراسة أخرى تم نشرها ، فإن تقنيات الذكاء الاصطناعي تشارك في زيادة إنتاجية العمل بنسبة تصل إلى ٤٠ ٪ ، بالإضافة إلى المساعدة في توفير الوقت والمجهود البشري وتوظيفهم بطريقة أكثر فعالية وكفاءة. وهذا الرقم قابل للزيادة على هيئة متوالية هندسية . وقد لوحظ انه خلال المباريات الأولمبية التي تم انعقادها في ريو وكذلك الانتخابات الرئاسية الأمريكية نجح الذكاء الاصطناعي للمؤسسة الإخبارية العالمية واشنطن بوست ، في كتابة أكثر من ٨٥٠ قصة إخبارية دون أي تدخل بشري من المحررين.

٣٠ عامًا ، ووفقًا لتقرير نشرته مؤسسة Gartner ، ستعتمد ٣٠ ٪ من الشركات العالمية على الذكاء الاصطناعي في واحدة من عمليات البيع الخاصة بها على الأقل. و خلال عام ٢٠١٧ م ، نجحت شبكة نيتفلكس Netflix الرقمية في توفير إنفاق مليار دولار على الأنشطة الدعائية ، بفضل اللجوء إلى الذكاء الاصطناعي في تقديم توصيات مخصصة لكل عميل.

الخلاصة

حينما تضع كل هذه الدراسات والتقارير جنباً إلى جنب ، ستتضح لك الصورة كاملة. الذكاء الاصطناعي لم يعد جزءاً من تطور الحياة البشرية فحسب ، بل أصبح مشكلاً لها ومحددًا لمسارها المستقبلي كذلك. فالمستقبل الآن للذكاء الاصطناعي وحده وأولئك الذين يسعون لمواكبته ، أما المنتمون إلى الأساليب الكلاسيكية ، فأحب أن أوجه لهم هذا المقال. مقال لن يخبرك أن الذكاء الاصطناعي مهم وضروري من

الضروريات الحياة المعاصرة ، لكنه سيطلعك عما يفوتك من مميزات ، خاصة تلك التي يمنحها الذكاء الاصطناعي في مجال التسويق الرقمي.

التوصيات :

- ١- التركيز على برامج التدريب والتعليم المدعمة لمهارات التسويق الرقمي لدى الشباب .
- ٢- التنوع في برامج التدريب المرتبطة بتعزيز مهارات استخدام الحاسب وتكنولوجيا المعلومات .
- ٣- العمل على تطوير مناهج ومقررات المؤسسات الجامعية المعنية بدراسة ادارة الأعمال والمحاسبة والتجارة والمالية في ضوء تقنيات الذكاء الاصطناعي الحديثة .
- ٤- العمل على تطوير لوائح العمل ونظريات التسويق في ظل تشريعات جديدة توافق مع تقنيات الذكاء الاصطناعي ومتطلباتها .

المراجع والمصادر :

عاكف يوسف الزيات ٢٠١٤ : التسويق الإلكتروني أسس ومفاهيم وتطبيقات في المصارف التجارية
<https://www.noor-book.com/book/review/544736>

مصطفى كافي ٢٠٢٠ كتاب التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة

<https://www.noor-book.com/book/review/371841>

يوسف حجاج ٢٠١٩ : التسويق الإلكتروني التجارة عبر الإنترنت ، الناشر الوليد للدراسات والنشر الترجمة

<https://www.noor-book.com/book/review/301090>