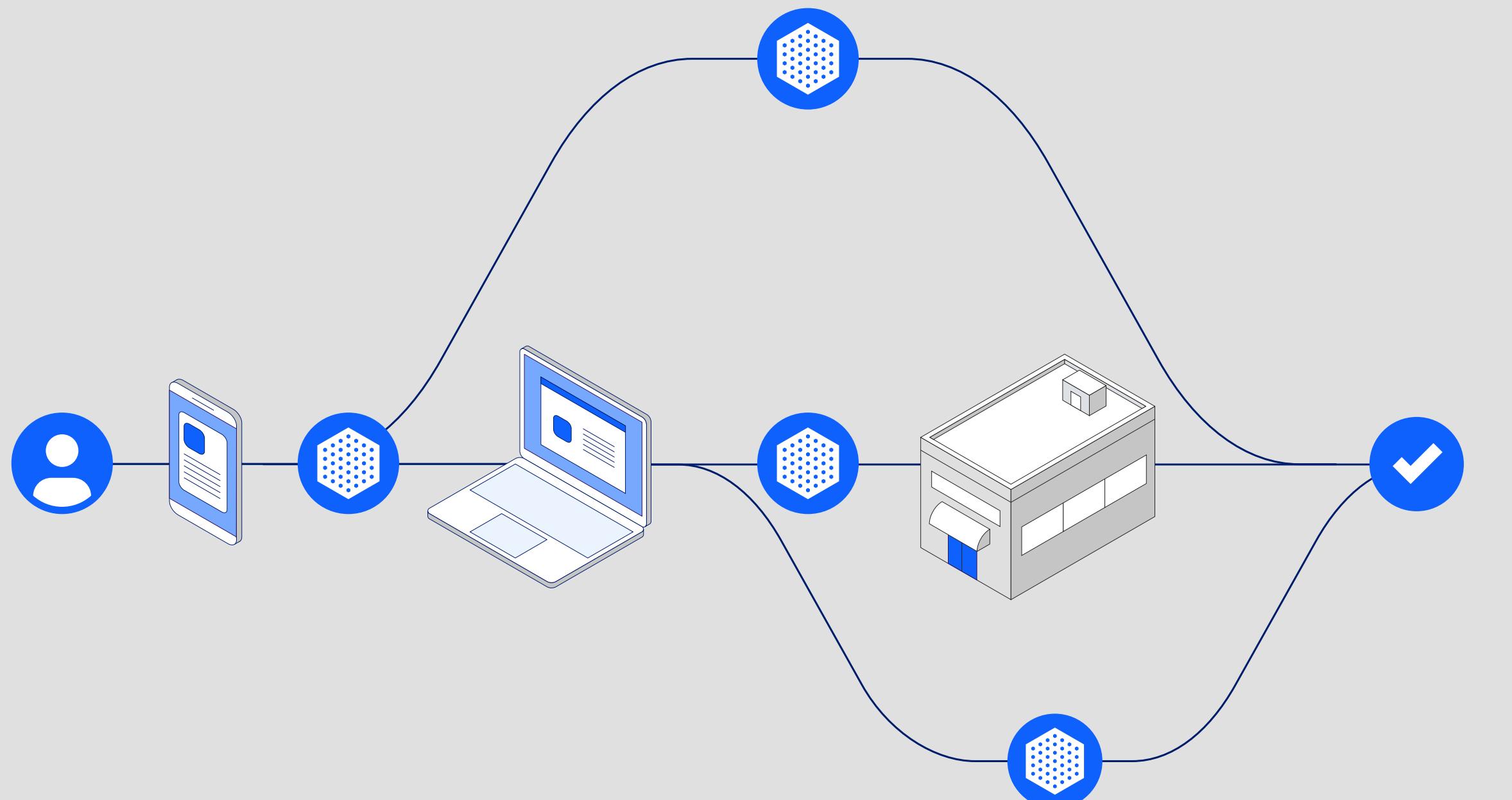


الذكاء الاصطناعي

أكاديمية



استخدم الذكاء الاصطناعي
لخدمة العملاء في قطاعات
الطاقة والبيئة والمرافق

IBM®

المحتويات

← 04

الجمع بين الذكاء الاصطناعي التقليدي والذكاء الاصطناعي التوليدى

← 01

خدمة العملاء في زمن الذكاء الاصطناعي

← 05

الاستفادة من إمكانيات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء

← 02

العامل الأساسي لبناء الذكاء الاصطناعي المسؤول

← 06

اتخاذ الخطوات التالية

← 03

الانتقال من مرحلة إضافة الذكاء الاصطناعي للتطبيقات إلى مرحلة الاعتماد بشكل أساسي على الذكاء الاصطناعي

← 07

هل أنت جاهز للبدء؟



اكتشف سبب أهمية الذكاء الاصطناعي في تحويل خدمة العملاء في قطاعات الطاقة والبيئة ومرافق الخدمات

تشهد شركات الطاقة والبيئة ومرافق الخدمات تحولاً سريعاً استجابةً للتركيز العالمي المتتسارع على الاستدامة من خلال التحول إلى الكهرباء النظيفة. وتحدد شركات مرافق الخدمات فرضاً جديدة مع تحول الأسواق إلى التقنيات والأنظمة البنائية الجديدة في مجال الطاقة التي تتيح خدمات وحلولاً جديدة للعملاء.



يُعد الذكاء الاصطناعي التوليدى فئة من خوارزميات الذكاء الاصطناعي التي يمكنها إنتاج أنواع مختلفة من المحتوى، من ضمنها النصوص، والصور، والم مقاطع الصوتية، والبيانات الاصطناعية. في حين يجري تدريب نموذج التعلم الآلي للذكاء الاصطناعي التقليدي عادةً على أداء مهامٍ واحدةً باستخدام البيانات المصنفة، يمكن تدريب نموذج الأساس للذكاء الاصطناعي التوليدى على كميات كبيرة من البيانات غير المصنفة باستخدام الإشراف الذاتي. ويمكن إنشاء نماذج أكثر تفصيلاً مصممة خصيصاً لحالات استخدام أو مجالات محددة بناءً على نموذج الأساس، ما يجعله أكثر قابلية للتوسيع وأكثر فاعلية من حيث التكلفة مقارنةً بالبدء من الصفر.

ومن خلال الجمع بين الذكاء الاصطناعي التقليدي والذكاء الاصطناعي التوليدى، تصبح الشركات قادرة على تحقيق تطلعاتها في مجال خدمة العملاء التي ربما بدت غير واردة من قبل. ويتفق المديرون التنفيذيون بالفعل على ذلك، ويقولون %85 من شاغلي منصب CEO المشمولين بالاستطلاع أن الذكاء الاصطناعي التوليدى سوف يتعامل مباشرةً مع العملاء في العامين المقبلين.²

يتمثل جزء أساسي من هذا التحول في التواصل مع العملاء وتحويل التجربة التي يواجهونها خلال عملية الانتقال. وبالتالي، يُعد تقديم أفضل تجربة ممكنة لعملائك ضرورة استراتيجية. يطالب المستهلكون اليوم بخدمة فائقة بغض النظر عن نوع العمل أو احتياجاتهم الخاصة. فوفقاً لبحث أجراه شركة Salesforce في عام 2022، قال 88% من العملاء المشمولين بالاستطلاع إن الخدمة التي تقدمها الشركة لا تقل أهمية عن منتجات أو خدمات الشركة.¹ فهم يتوقعون الحصول على إجابات سريعة ودقيقة عن أسئلتهم على مدار الساعة يومياً، وعبر القناة التي يختارونها.

مع الضغط من جميع الجهات لتحقيق توقعات العملاء المتزايدة، وتقليل معدل تغير الوكالء، وخفض التكاليف وزيادة الإيرادات، فإن الحلول التي تستفيد من الذكاء الاصطناعي التقليدي والذكاء الاصطناعي التوليدى تُعد بفرص كبيرة للشركات من جميع الأنواع والأحجام. وجدت دراسة حديثة أجراها معهد IBM Institute for Business Value القصوى للاستثمار في مجال الذكاء الاصطناعي بالنسبة لشاغلي منصب CEO المشمولين بالاستطلاع.²



لا يوجد حل واحد يناسب الجميع في مجال الذكاء الاصطناعي، لذلك من الضروري أن تركز على كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لمواجهة التحديات الفريدة لمؤسسوك. عندما تفك في كيفية نشر الذكاء الاصطناعي التوليدiy داخل مؤسستك، اسأل نفسك هذه الأسئلة الثلاثة.

1. كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعدني في تحقيق ميزة تنافسية؟ كلما كانت نماذج الذكاء الاصطناعي لديك مخصصة لأولويات أعمالك الأساسية، زادت قدرتك على خدمة عملائك بشكل أكثر فعالية، وتقديم قيمة تجارية حقيقية.

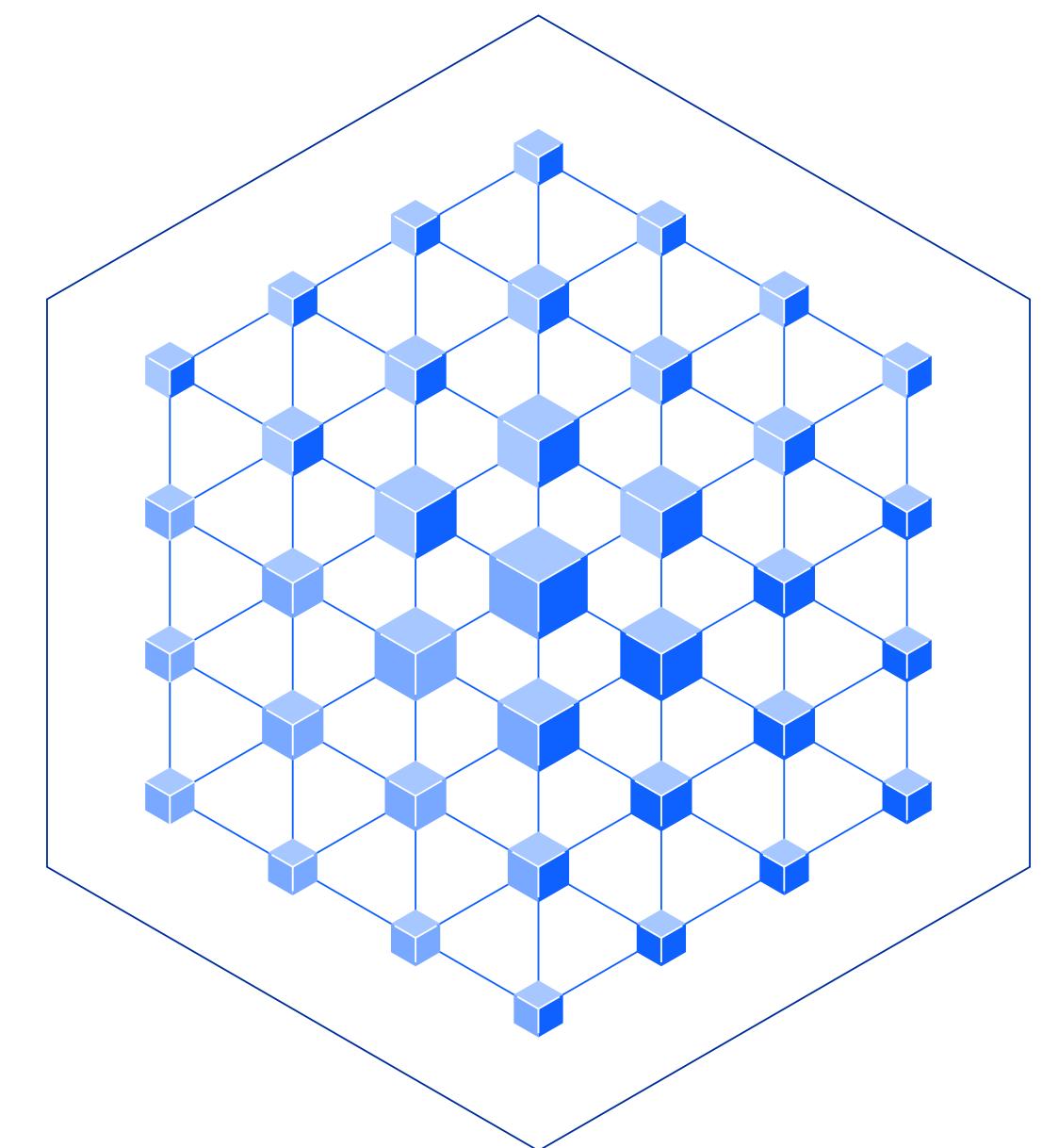
2. كيف يمكنني توسيع نطاق الذكاء الاصطناعي في أعمال؟ لتوسيع نطاق جهودك في مجال الذكاء الاصطناعي بنجاح، يتبعن عليك استخدام جميع بيانات الجودة المتوفرة لديك، أينما وجدت، والاستفادة من ابتكارات مجتمع المصدر المفتوح؛ لاستخدامها بفعالية.

3. كيف يمكنني تطوير ذكاء اصطناعي جدير بالثقة؟ يجب أن يكون الذكاء الاصطناعي قابلاً للتفسير، ويتميز بالنزاهة، والقوة، والشفافية، وأن يبعث على الثقة من خلال تحديد الأولويات وحماية خصوصية المستهلكين، وحقوقهم في البيانات.

بالإضافة إلى ذلك، ووفقاً للدراسة التي أجرتها IBM حول منصب الرئيس التنفيذي (CEO) لعام 2023، فإن القيادة العليا في قطاع الطاقة تنتظر المزيد من الذكاء الاصطناعي التوليدiy مقارنةً بجميع الصناعات والمجالات الأخرى. يتوقع 63% من الرؤساء التنفيذيين في شركات الطاقة تحقيق قيمة من الذكاء الاصطناعي التوليدiy والأتمتة في السنوات الثلاث المقبلة.

يتمتع الذكاء الاصطناعي بالقدرة على حل العديد من التحديات في مجال خدمة العملاء، بدءاً من ترقية الخدمة الذاتية للعملاء إلى دعم الوكلاء، ومن ثم إمكانية التركيز على المشكلات الأكثر تعقيداً. كما يمكن أن يساعد على تحسين مراكز الاتصال بحيث لا تتمكن من حل مشكلات العملاء فحسب، بل تصبح مصدراً للإيرادات الجديدة من خلال المساعدة على زيادة ولاء العملاء، وتقديم مقترحات مخصصة، وكذلك إعداد عروض جديدة.

ومع ذلك من الضروري أن تتوفر رؤية استراتيجية لدى الشركات التي تعمل على إجراء تحول في خدمة العملاء لديها باستخدام الذكاء الاصطناعي. فمن المهم ليس فقط تحديد كيفية تطبيق الذكاء الاصطناعي وتوسيع نطاقه، بل أيضاً ضمان أن تكون بنية البيانات الأساسية للشركة قوية، وتكامل مع أي منصات تقنية موجودة.



الذكاء الاصطناعي التوليدiy

العامل الأساسي لبناء الذكاء الاصطناعي المسؤول

لقد كانت IBM شريكًّا لأعمالٍ موثوقةً به لأكثر من 100 عام وتلتزم بثلاثة [مبادئٍ أساسية للثقة والشفافية](#) توجه كيفية تعاملنا مع بيانات ومعلومات العملاء، وتطوير التقنيات الجديدة ونشرها بشكل مسؤول. أصبحت هذه المبادئ أكثر أهمية في عصر الذكاء الاصطناعي.

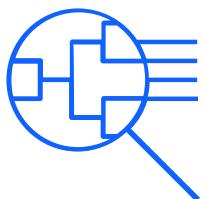
ووجدت IBM أن المديرين التنفيذيين المشمولين بالاستطلاع لديهم 3 مخاوف رئيسية بشأن اعتماد الذكاء الاصطناعي التوليدى.³

- 61.1% منهم لديهم مخاوف بشأن دورة حياة البيانات أو مصدرها.
- 57.2% منهم لديهم مخاوف بشأن أمن البيانات.
- 45.3% لديهم مخاوف بشأن خصوصية البيانات.

رغم الضغوط المتزايدة لتسريع استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى، من الضروري مراعاة بعض الاعتبارات الرئيسية حول كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي.

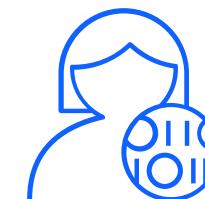


مبادئ شركة IBM التوجيهية لأخلاقيات الذكاء الاصطناعي



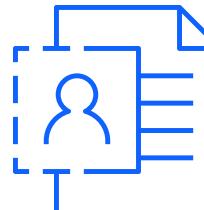
يجب أن تتسم التقنية بالشفافية والقابلية للتفسير

يجب على الشركات أن تراعيوضوح حول من يدرب أنظمة الذكاء الاصطناعي لديها، وما البيانات المستخدمة، وما يدخل في توصيات خوارزمياتها.



البيانات والمعارف مملوكة لمنشئها

بيانات العملاء ومعلوماتهم مملوكة لهم. نحن نؤمن بأن سياسات البيانات الحكومية يجب أن تكون عادلة ومنصفة، وتعطي الأولوية للانفتاح.



الغرض من الذكاء الاصطناعي هو تعزيز الذكاء البشري

نحن نؤمن بأن الذكاء الاصطناعي يجب أن يجعلنا جميًعاً أفضل في وظائفنا، وأن ميزات عصر الذكاء الاصطناعي يجب أن يشعر بها الكثيرون، وليس فقط النخبة القليلة.

The AI Ladder®[®]



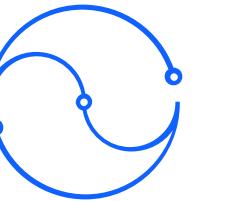
الانتقال من مرحلة إضافة الذكاء الاصطناعي للتطبيقات إلى مرحلة الاعتماد بشكل أساسى على الذكاء الاصطناعي

والآن أصبح الذكاء الاصطناعي هو محور تحول الأعمال—ويعتقد 75% من قادة الأعمال المشمولين بالاستطلاع أن الميزة التنافسية ستعتمد على من يتمتع بالذكاء الاصطناعي التوليدى الأكثر تقدماً.⁴ لكن تسخير إمكانات الذكاء الاصطناعي لإجراء تحول في خدمة العملاء يتطلب بشكل أساسى مزيجاً من الرؤية، والتقنية، وموهبة ومهارات الموظفين، وإدارة التغيير. تحتاج الشركات إلى استخدام الذكاء الاصطناعي في الجوهر الاستراتيجي للأعمال—وليس مجرد إضافته إلى الأنظمة الحالية فحسب—لحل التحديات التي تواجهها، والمساعدة في تحقيق أهداف أعمالها. حان وقت الانتقال من إضافة الذكاء الاصطناعي للتطبيقات إلى إضافة التطبيقات إلى الذكاء الاصطناعي.

في الماضي، تعاملت المؤسسات مع الذكاء الاصطناعي كإضافة، وكان هدفها النهائي هو التحول الرقمي وتحديث التقنية السحابية.

الجمع بين الذكاء الاصطناعي التقليدي والذكاء الاصطناعي التوليدى

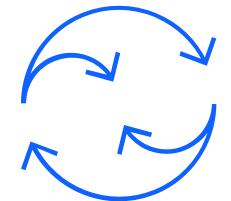
شاهد Casey Werth، المدير العام لقطاع الطاقة لدى IBM، وهي تناقش الذكاء الاصطناعي التوليدى وكيف ينطلق من الذكاء الاصطناعي الحالى، والفوائد قصيرة الأجل وطويلة الأجل والأمثلة على مرافق الخدمات التي تستخدم هذه التقنية اليوم.



الذكاء الاصطناعي التوليدى

- التحليلات
- التعلم الآلي (ML)
- التعلم العميق

التعريف: الخوارزميات التي يمكنها إنتاج محتوى جديد تماماً وفهم المحتوى الحالى محتوى جيد تماماً وفهم المحتوى الحالى بشكل أفضل.



الذكاء الاصطناعي التوليدى

- نماذج الأساس
- النماذج اللغوية الكبيرة (LLMs)

التعريف: الخوارزميات التي يمكنها إنتاج محتوى جيد تماماً وفهم المحتوى الحالى محتوى جيد تماماً وفهم المحتوى الحالى بشكل أفضل.

المهام:

- تلخيص وتحليل المكالمات
- توفير توصيات مخصصة للمنتجات أو الخدمات أو الخطط
- تطوير منتجات أو خدمات أو خطط جديدة
- فيديوهات توضيحية مخصصة للفواتير
- تحسين الشبكة

المهام:

- التنبؤ بمناقص العملاء
- تتبع صافي نقاط الترويج (NPS)
- الكشف عن الخلل في الشبكة
- الذكاء الاصطناعي الحواري للوكلاء الافتراضيين
- روبوتات المحادثة

تستخدم العديد من المؤسسات روبوتات المحادثة المدعومة بالذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء منذ سنوات؛ لذلك من المهم فهم الفرق بين الذكاء الاصطناعي التقليدي والذكاء الاصطناعي التوليدى؛ لضمان أن يتوفّر لديك المزيج الصحيح منهما لتحقيق أهدافك في مجال خدمة العملاء. يمكن أن تؤدي إضافة الذكاء الاصطناعي التوليدى إلى تحويل روبوت المحادثة المدعوم بالذكاء الاصطناعي التقليدي والمبرمج بردود وتعلم محدودين إلى مساعد افتراضي تفاعلي يتعلم بمرور الوقت. تتطور تقنية الذكاء الاصطناعي التوليدى بسرعة، ما يفتح آفاقاً جديدة أمام الشركات لاستخدام قدرات الذكاء الاصطناعي التوليدى بمدى وحجم غير مسبوقين.

تسخير الذكاء الاصطناعي في العمل لخدمة العملاء

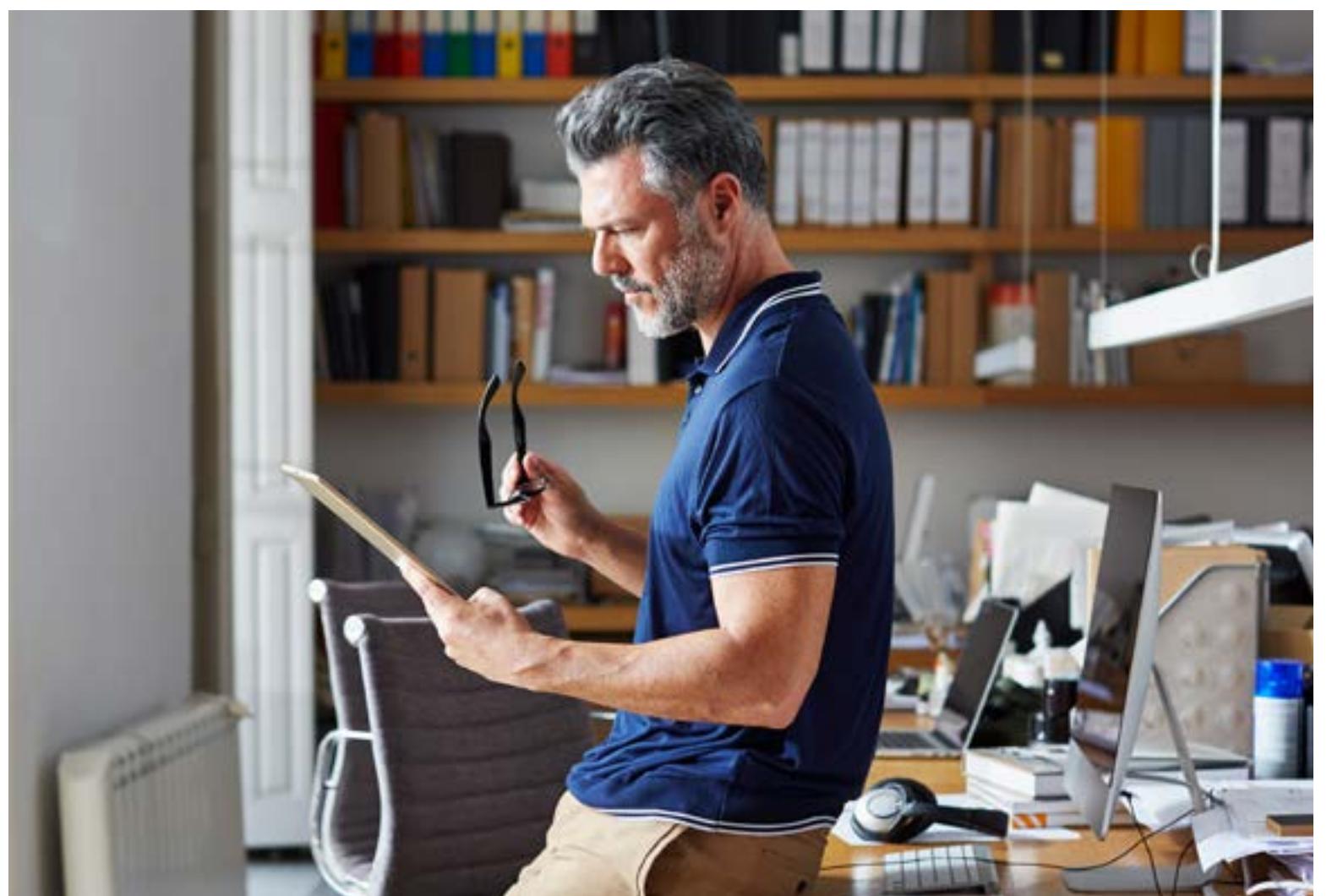
يعتمد رضا العملاء على أكثر من مجرد تقديم إجابات محددة مسبقاً عن الأسئلة الشائعة. ويمكن للذكاء الصناعي التوليدى أن يرتقي بخدمة العملاء إلى مستوى جديد تماماً، ما يسهل التفاعلات الأكثر خصوصية. فالوكلاء الافتراضيون المدعومون بالذكاء الاصطناعي التوليدى والمعنيون بخدمة العملاء الذاتية يمكنهم الإجابة على الأسئلة، بطرق تأخذ في الاعتبار سياق العميل وظروفه الخاصة - بما في ذلك الفروق الدقيقة الضمنية، مثل مشاعر العميل، وسجل دعمه، وعلاقته مع الشركة.

في حين أن التطبيقات المحتملة للذكاء الاصطناعي التوليدى تمتد في دورة حياة خدمة العملاء بأكملها، إلا أن هناك 3 مجالات على وجه التحديد حيث يمكن استخدام التقنية فيها الآن لمساعدتك في تحقيق تطلعات خدمة العملاء.

الخدمة الذاتية للعملاء

تتمثل الخدمة الذاتية للعملاء في تمكينهم من الحصول على المعلومات والدعم اللازم بسرعة، بحيث يمكنهم حل المشكلات الشائعة بأنفسهم؛ مما يتيح للوكلاء البشريين التركيز على المشكلات الأكثر تعقيداً. ويتوقع العملاء أن يتمكنوا من التفاعل عبر الأجهزة والقنوات التي يفضلونها، سواء كان ذلك من خلال المحادثة المباشرة، أو البريد الإلكتروني، أو مكالمة هاتفية على موقع الشركة الإلكتروني، أو تطبيقاتها أو حساباتها على وسائل التواصل الاجتماعي.

بالنسبة إلى الشركات المتخصصة في مرافق الخدمات، يمكن تحقيق مكاسب سريعة لتحسين خدمة العملاء من خلال استخدام النماذج التأسيسية الحالية وتنقيحها لتمكين العملاء من البحث في موقع الشركات على الويب وتقديم رؤى أفضل حول حساباتهم.

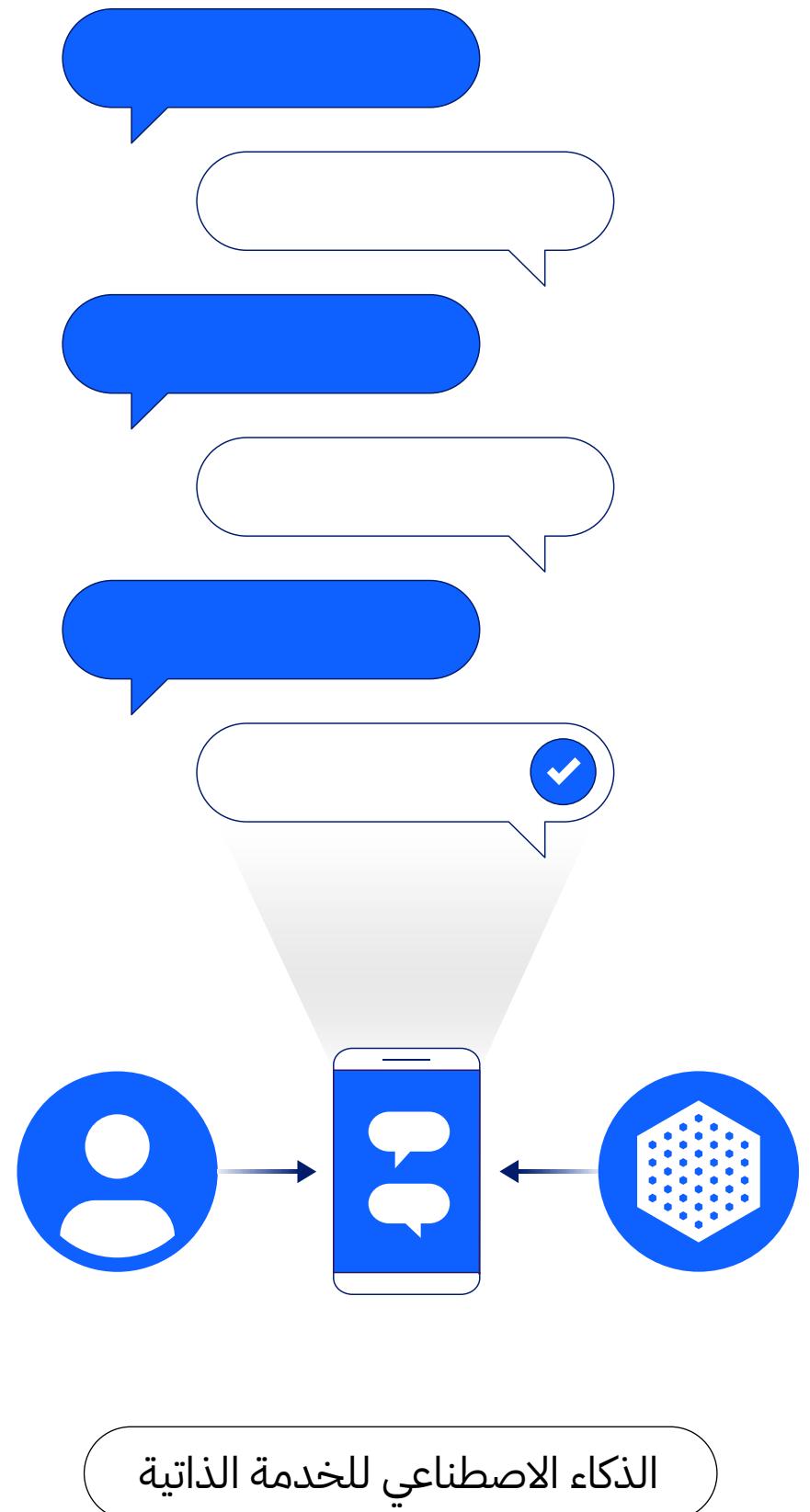


سير عمل خدمة العملاء الذاتية



حي عندما تظهر موضوعات لا يستطيع الوكيل الافتراضي حلها بمفرده، مثل المشكلات المعقدة أو الموضوعات الحساسة، فإن الذكاء الاصطناعي التوليد يمكّنه من تحديد هذه الاستفسارات بسهولة، وتوجيهها إلى وكيل بشري يمكنه المساعدة. وفي حال تصعيد المشكلة إلى وكيل بشري، يمكن تقديم ملخص لسجل المحادثة للوكيل البشري حتى يتمكن من متابعة المحادثة بسلامة من حيث انتهاء الوكيل الافتراضي. باستخدام [IBM Watson Assistant](#)، وهو حل رائد في السوق وقائم على الذكاء الاصطناعي الحواري، يمكن للشركات أتمتة خدمة العملاء بدقة تصل إلى 95%⁵، مما يساعد على تحسين الإنتاجية، ومعدلات حل المشكلات.

يعمل الوكالء الافتراضيون الذين يعملون في الخدمة الذاتية كأداة توجيه موحّدة تجمع كل الموارد المهمة في شركتك، بدءاً من التقنية، ثم البيانات، ووصولاً إلى الموظفين. وإلى جانب الإجابة عن الأسئلة، يمكن للذكاء الاصطناعي أيضًا السماح لمساعدي الافتراضيين بتزويد العملاء بالدعم التفاعلي للمهام متعددة الخطوات أو المعقدة. على سبيل المثال، قد يُنشئ مساعد افتراضي مدعم بالذكاء الاصطناعي التوليدى محادثة كاملة لتوجيه المستخدم خلال الاعتراض على الرسوم الموجودة على الموقع الإلكتروني للبنك الذي يتعامل معه.

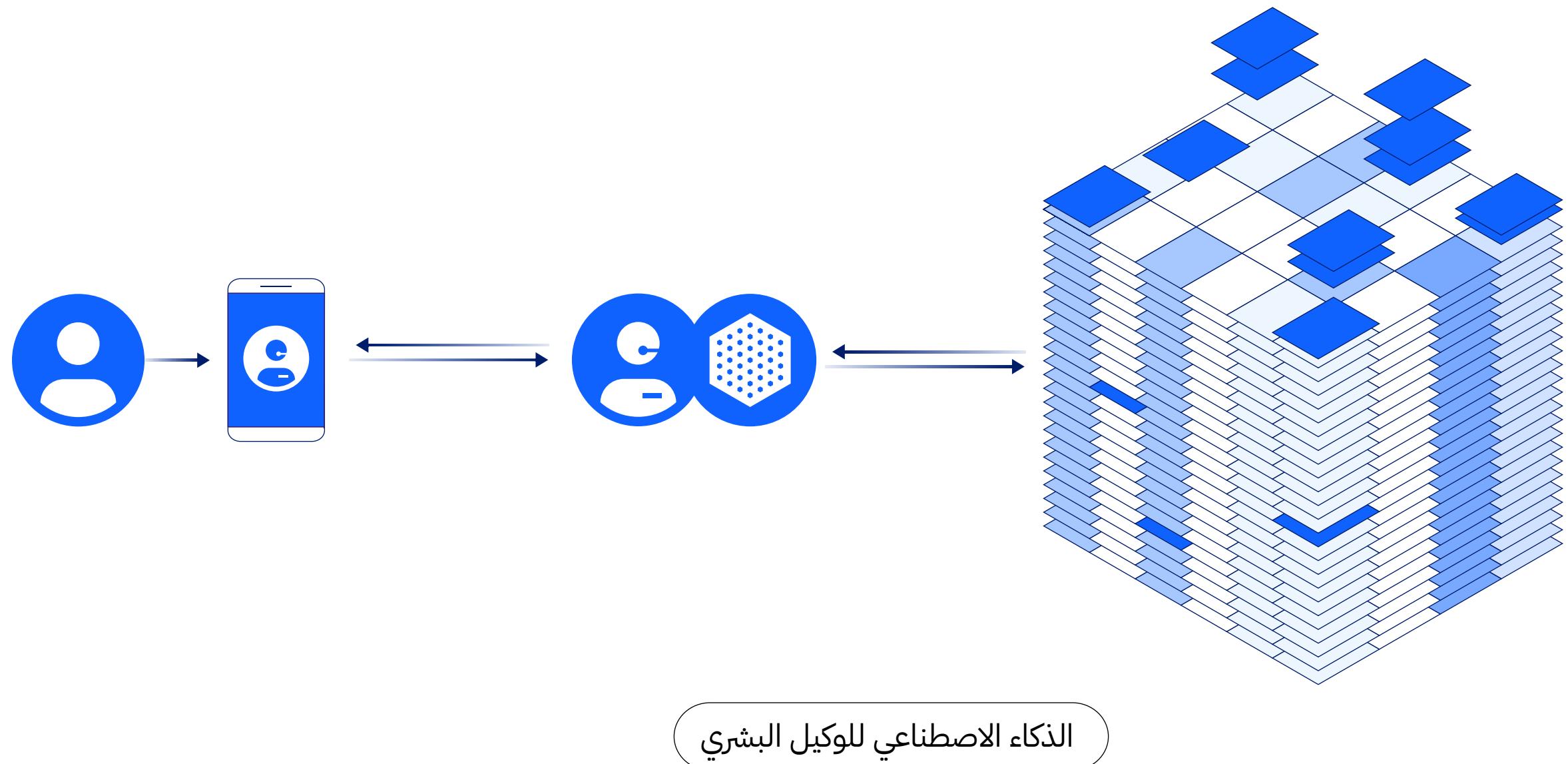


تشير هذه النتيجة إلى أن الذكاء الاصطناعي التوليدى يمكن أن يساعد الشركات على تدريب وكلاء جدد بسرعة، وتوصيل الموظفين الجدد بسرعة إلى مستوى زملائهم الأكثر خبرة. ووجدت الدراسة أيضًا أن مساعدة الوكيل عن طريق الذكاء الاصطناعي التوليدى أدت إلى تحسين معنويات العملاء، وتقليل طلبات التدخل الإداري، وتحسين معدل الاحتفاظ بالموظفيين.

أفاد ما يقرب من ثلثي الرؤساء التنفيذيين (CEOs) 63% المشمولين بالاستطلاع الذي أجراه معهد IBM Institute for Business Value إنه بحلول نهاية عام 2023، سيكونون قد استثمروا بالفعل في حالات استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدى لدعم وكلاء مباشرةً.² يتضمن نشر الذكاء الاصطناعي التوليدى تدريب وكلاء، ودعمهم وتمكينهم من التفاعل مباشرةً مع التطبيقات التقنية لتحسين المساعدة المقدمة. حق قبل أن يحتوى Watson Assistant على قدرات الذكاء الاصطناعي التوليدى، استطاعت شركة Camping World رفع كفاءة الوكالة بنسبة 33%， وتقليل أوقات الانتظار إلى 33 ثانية بشكل عام⁷، وذلك بفضل حل مركز الاتصالات المقدم من IBM Consulting.

تجربة الوكيل
لبناء تجارب وعلاقات إيجابية مع العملاء، فإنك تعتمد على أداء وكلائك وإنجازاتهم ومعرفتهم. ولكن هل يستطيع وكلاؤك الوصول إلى أحد التفاعلات مع العميل؟ هل يمكنهم رؤية العرض الكامل لموقف العميل وتاريخه مع شركتك؟ هل لديهم طريقة سهلة لرؤية هذا المستوى من التفاصيل والاستفادة من الملخصات التلقائية ليتمكنوا من تقديم الخدمة والدعم بسلامة؟ هل يمكنهم إنشاء ردود تلقائية على البريد الإلكتروني؟ يمكن للذكاء الاصطناعي التوليدى أداء ذلك؛ لذا فهو بمثابة نقطة تحول.

تبين الأبحاث الحديثة التي أجرتها المكتب الوطني للبحوث الاقتصادية (NBER) أنه عندما منح وكلاء دعم العملاء الذين خضعوا للدراسة إمكانية الوصول إلى المساعد الحواري الذي يعتمد على الذكاء الاصطناعي التوليدى، زادت إنتاجيتهم بمعدل 14%. تم قياس الإنتاجية عن طريق المشكلات التي جرى التوصل إلى حلها في الساعة. وكان التأثير الأكبر في الموظفين المبتدئين وذوي المهارات المنخفضة.⁶



سير عمل تجربة الوكيل

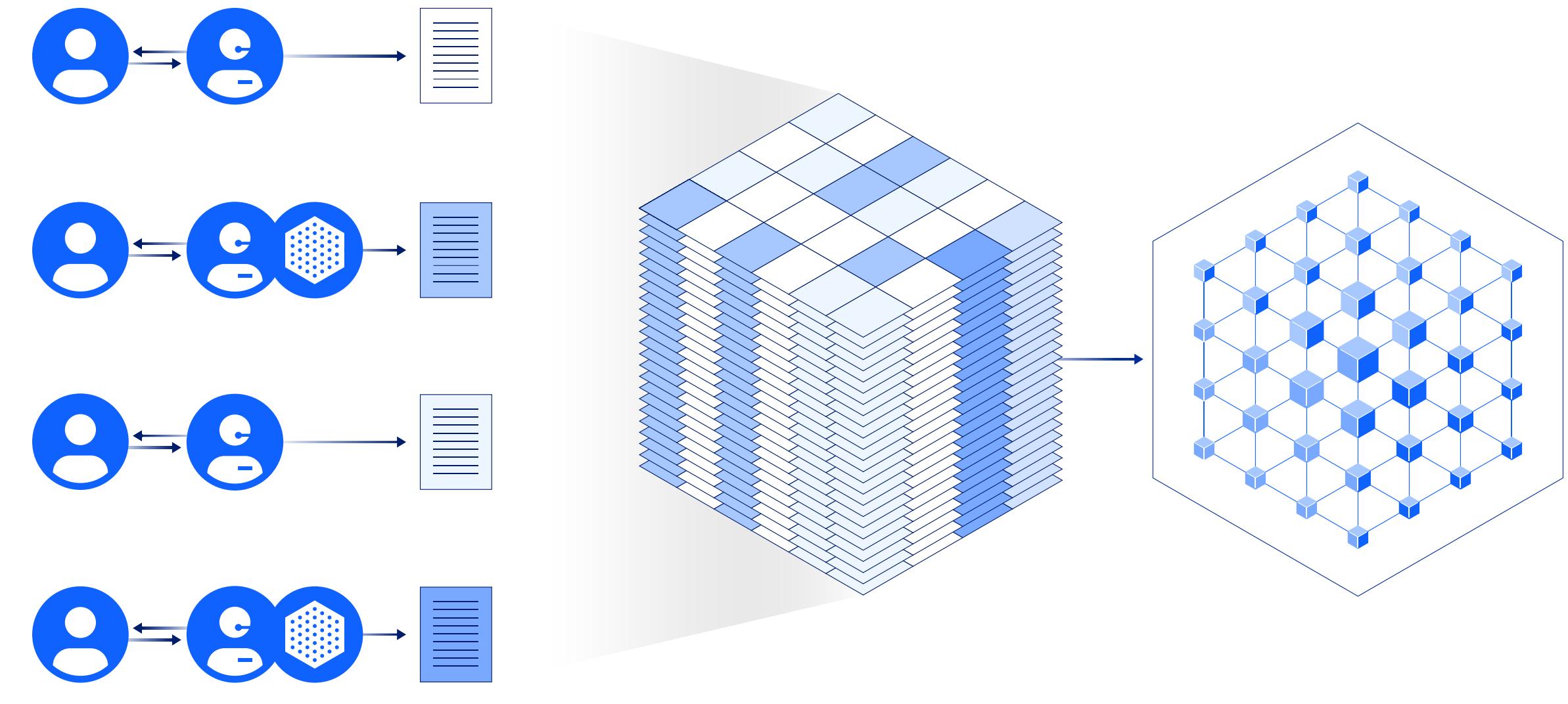
1	يتلقى الوكيل البشري ملخصاً عن تفاعل العميل مع الوكيل الافتراضي، بالإضافة إلى تاريخه مع المشاعر المتصورة للشركة.	2
3	يسخدم الوكيل خبرته الخاصة لمعالجة المشكلة، وقد يعتمد على الذكاء الاصطناعي التوليدي لاستكمال معرفته.	3
4	يحل الوكيل مشكلة العميل، ويتيقى ملخصاً تلقائياً للتفاعل بعرض التوثيق ومواصلة تدريب النظام.	4
5	يتلقى الوكيل رسائل المتابعة المقترحة، والمقترحات المخصصة، التي وُضعت لهذا العميل بالتحديد.	5

عندما نفذت شركة NatWest Group أداة دعم الرهن العقاري الرقمية التي تم إنشاؤها باستخدام IBM Watson Assistant، شهدت تحسيناً بنسبة 20% في ولاء العملاء، حقق قبل دمج قدرات الذكاء الاصطناعي التوليدية.⁸ يؤدي هذا إلى إطلاق العنوان لإمكانية تحقيق المزيد من الإيرادات. في الواقع، ووفقاً لاستطلاع Forrester بشأن تجربة العملاء لعام 2022 بين المستهلكين الأمريكيين، فإن بين عملاء بطاقات الائتمان الأمريكيين الذين شعروا بالتقدير:

- 91% خططوا للستمرار في استخدام العلامة التجارية
- 83% خططوا لشراء المزيد من العلامة التجارية
- 88% قالوا إنهم سيدعمون العلامة التجارية⁹

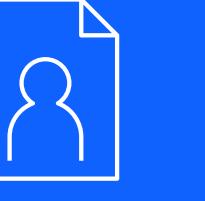
عمليات مركز الاتصال
يمكن للذكاء الاصطناعي التوليدي أداء المهام المتكررة اللازمة لجمع البيانات المطلوبة لتحسين مركز الاتصال، ما يمنح وكلاءك مزيجاً من الوقت للتركيز على المشكلات المعقدة. يمكن للذكاء الاصطناعي التوليدي، من خلال مجموعات البيانات، تحديد الأنماط والمعارف، والتعلم من المعلومات التي يجمعها. وتيح له هذه القدرة تحسين الشبكة، وتحصيص الاتصالات مع العملاء، وتقديم التوصيات، وحق إعداد منتجات أو خدمات جديدة لتحويل مراكز الاتصال إلى مصادر لإيرادات.

من خلال جمع البيانات المستهدفة، يمكن أن يساعدك الذكاء الاصطناعي التوليدي على فهم العملاء بشكل أفضل، وإعداد المقترنات والعروض والحلول التالية الأفضل بناءً على سلوكهم وتاريخهم مع شركتك. صمم هذا النوع من التخصيص لجعل العملاء يشعرون بالتقدير، والمساعدة على زيادة رضاهم وولائهم.



الذكاء الاصطناعي التوليدي لخدمة العملاء

سير عمل عمليات مركز الاتصال

1 يأتي العملاء إلى مركز الاتصال لحل المشكلات المتعلقة بالشركة أو بعروضها.	2 يقدم الوكالء الافتراضيون ردودًا سريعة ودقيقة على استفسارات العملاء لتسريع وقت الحل، وزيادة رضا العملاء.	3 يوفر الذكاء الاصطناعي التوليدى ملخصات الحالة للوكالء البشريين؛ حتى يمكنوا من تقديم خدمة سلسة، وزيادة الإنتاجية، وتعزيز الرضا الوظيفي.	4 تُستخدم المعلومات المستمدّة من تفاعلات العملاء مع كل من الوكالء الافتراضيين والبشريين لاستمرار تدريب نماذج الذكاء الاصطناعي التوليدى التي تعمل على تحسين كيفية عمل مركز الاتصال.	5 يتم إنشاء ملفات تعريف العملاء بناءً على هذه المعلومات لإعداد تجربة ذات طابع شخصي لإرضاء العملاء، وبناء الولاء للعلامة التجارية، وتقديم عروض جذابة و المناسبة لزيادة الإيرادات.
				

اتخاذ الخطوات التالية

01

حدد أهدافك وحالات الاستخدام ذات الأولوية لك
دع استراتيجية عملك ترشدك إلى استراتيجية الذكاء الاصطناعي. ضع استراتيجية لتجربة العملاء، وحدد الهدف النهائي لإجراء التحول في خدمتك، ولماذا تحاول تحقيق ذلك. من هو عميلك المستهدف، وما مدى تعقيد مشكلاته، وكيف يمكنك حلها؟ ما الذي يميز خدمة العملاء لديك عن المنافسين؟ ما هي مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) التي ستستخدمها لتتبع الأداء؟ يعد وجود استراتيجية تتضمن كل هذه العناصر-وأكثر-أمراً بالغ الأهمية لفهم تكاليف عملك، وميزانيتك، والاستثمار المستقبلي في الخدمة.

بمجرد تحديد ذلك، يمكنك تحديد أفضل حالات الاستخدام للتركيز عليها لتنفيذ الذكاء الاصطناعي وتحسينه. وتذكر أنه يجب دمج الذكاء الاصطناعي في مهام سير العمل والأنظمة الحالية؛ لأنّة العمليات الرئيسية وزياقتها—وهذا العنصر هو ما يخص الانتقال من مرحلة إضافة الذكاء الاصطناعي للأمور إلى مرحلة الاعتماد بشكل أساسي على الذكاء الاصطناعي.

للحصول على المساعدة في تحديد استراتيجية مؤسستك وحالات الاستخدام ذات الأولوية لها، اطلب [ملخصاً لاستراتيجية الذكاء الاصطناعي](#) من IBM Consulting. بالإضافة إلى تجربة تحول خدمة العملاء لدينا، تمتلك IBM Consulting أكثر من 20,000 خبير في مجال الذكاء الاصطناعي ومركز تميز مخصص للذكاء الاصطناعي التوليدي يضم أكثر من 1,000 متخصص.

حدد مجموعات البيانات والنماذج المناسبة يعتمد الذكاء الاصطناعي على موثوقية ودقة البيانات التي تغذيه. تعتبر بنيات البيانات الجاهزة للمؤسسات ضرورية لتمكن الاستخدام الواسع النطاق للذكاء الاصطناعي في جميع أقسام مؤسستك. من الضروري أيضاً أن تتلقى النماذج التدريب المناسب، إلى جانب البيانات عالية الجودة، لضمان أن تقدم النماذج للعملاء ردوداً دقيقة وغير متحيزة وبصوت يعكس علامتك التجارية دون تكلفة.

يمكن لخبراء البيانات والذكاء الاصطناعي في IBM Consulting العمل معك لتدريب نماذج الذكاء الاصطناعي - التقليدي والتوليدي - والتحقق من صحتها، وضبطها، ونشرها، وذلك باستخدام نماذج الأساس من استوديو [IBM watsonx.ai](#). استخدم بيانات شركتك لبناء تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتدريبها بسرعة.

استخدم مخزن بيانات [IBM watsonx.data](#) لتوسيع نطاق أحمال تشغيل الذكاء الاصطناعي لجميع بياناتك في أي مكان. صُمم مخزن البيانات IBM watsonx. data ليكون مناسباً لهذا الغرض، مستندًا إلى بنية بحيرات البيانات المفتوحة، مدعومة بالاستعلام، والحكومة، وتنسيقات البيانات المفتوحة للوصول إلى البيانات ومشاركتها في مؤسستك.

ما هي الخطوات التالية لتحقيق تطلعاتك لخدمة العملاء باستخدام قدرات الذكاء الاصطناعي التوليدي؟
نقترح استخدام هذه الخطوات لتحول خدمة العملاء لتوجيهك عند شروعك - أو استمرارك - في إجراء التحول لخدمة العملاء باستخدام الذكاء الاصطناعي.

02

06

ابداً صغيراً، واحتبر وتوسيع
تأكد من أن الطريقة التي تستخدم بها الذكاء
الاصطناعي في عملك تضلع على المسار الصحيح
لتحقيق قيمة الأعمال بسرعة ومسؤولية. طبق الذكاء
الاصطناعي التوليدى على مهنة محددة أو سير عمل
في بيئه منخفضة المخاطر. من خلال تكرار العمل،
حدد الحد الأدنى من المنتج القابل للتطبيق (MVP)،
وجربه، ثم حسّنه بناءً على مؤشرات الأداء الرئيسية
القابلة لليقاس. إذا نجحت، فوسع نطاقها في جميع
أقسام عملك وأمض قدماً بشأن حد MVP مع حالات
استخدام أخرى ذات أولوية. جرب، وأثبت النجاح،
ووسع النطاق، وكرر الإجراء.

باستخدام منهجية IBM Garage™ التي وضعناها،
تعمل شركة IBM Consulting معك لتحديد
الممارسات والتقييمات والخبرة التي تحتاجها أعمالك
للتحفيظ لرحلة تحول خدمة العملاء لديك بدءاً من
التفكير إلى البناء ووصولاً إلى التوسيع. من خلال تكرار
العمل، نستخدم Enterprise Design Thinking® لمشاركة
لمشاركتك في إنشاء الحد الأدنى من المنتج القابل
للتطبيق (MVP)، وقياس نتائجه، ثم العمل على توسيع
نطاقه في مختلف أقسام مؤسستك.

05

**ابحث عن الشريك المناسب
والتوجيه الصحيح**
تفقر العديد من الشركات إلى مهارات الذكاء
الاصطناعي، والمعرفة بتحول الخدمة المطلوبة
لتحقيق النجاح داخل الشركة؛ لذلك من الضروري
التعاون مع خبراء خارجين لعزيز كفاءة فريقك. حدد
التقنيات القائمة على الذكاء الاصطناعي، وشركاء التنفيذ
المطلوبين لتحقيق أهداف خدمة العملاء. اكتشف
إمكانية البناء على استثماراتك الحالية في المنصات أو
إذا كانت هناك حاجة إلى طريقة جديدة. لا توجد طريقة
لكل حالة استخدام؛ حتى يدرك المسؤولون التنفيذيون
القيمة الكاملة لما تفعله، واستخدمها كدليل على
النجاح. ومن المهم الاستثمار في إدارة التغيير وتنمية
المهارات، حيث إن التحول الرقمي يتعلق بالأشخاص
والعمليات بقدر ما يتعلق بالتقنية.

تعمل شركة IBM Consulting مع منظومة مفتوحة
من الشركاء التقنيين؛ للتأكد من إمكانية عثورنا على
ال الخيار الأنسب لأعمالنا. يمكن لنرجنا السريع الذي يركز
على الخبرة في تصميم الأعمال، إلى جانب مجموعة من
أدوات تسريع سير العمل المدعومة بالذكاء الاصطناعي،
أن يساعدك على توسيع نطاق الذكاء الاصطناعي
بسرعة. لدينا أكثر من 1,250 عميلاً فعلياً في مجال
الذكاء الاصطناعي في جميع أنحاء العالم، وحققنا أكثر
من 40,000 مشاركة في مجال الذكاء الاصطناعي
والتحليلات.

04

**تأكد من أن لديك المهارات المناسبة
والتجهيز الصحيح**
لتحقيق تحول ناجح في خدمة العملاء باستخدام
الذكاء الاصطناعي، يجب على القادة في جميع أقسام
المؤسسة المشاركة في المشروع والاستثمار فيه. تعاون
مع الفرق التجارية والتشغيلية والتقنية لضمان توازن
حالات استخدام الذكاء الاصطناعي ذات الأولوية بين
عائد الاستثمار، والمخاطر، والدقة. قم ببناء حالة تجارية
لكل حالة استخدام؛ حتى يدرك المسؤولون التنفيذيون
القيمة الكاملة لما تفعله، واستخدمها كدليل على
النجاح. ومن المهم الاستثمار في إدارة التغيير وتنمية
المهارات، حيث إن التحول الرقمي يتعلق بالأشخاص
والعمليات بقدر ما يتعلق بالتقنية.

تتخصص شركة IBM Consulting في [إجراء التحول الكامل للخدمة](#)، والذي يشمل الذكاء الاصطناعي،
والتصميم، والتنفيذ، والإدارة المستمرة للعملاء،
و العمليات الخدمة الميدانية.

03

ضع الأخلاقيات في الحسبان
أنشئ استراتيجية حوكمة ذكاء اصطناعي شاملة لتسريع
التحول إلى الذكاء الاصطناعي المسؤول. لا تتعلق
أخلاقيات الذكاء الاصطناعي بالنماذج نفسها فحسب؛
فمن الضروري بناء ثقافة أخلاقيات الذكاء الاصطناعي
من خلال إنشاء ونشر وإنفاذ السياسات، والمارسات،
والمبادئ التوجيهية على مستوى الموظفين الذين
يستخدمون التقنية.

[IBM watsonx.governance](#) تعد مجموعة أدوات
حلًا شاملًا لحوكمة الذكاء الاصطناعي عبر دورة حياة
النموذج بأكملها؛ لكي ترسم مهام سير عمل الذكاء
الاصطناعي بالمسؤولية والشفافية والقابلية للتفسير.
من المتوقع أن تكون مجموعة IBM watsonx.
governance متاحةً بشكل عام في ديسمبر 2023.
كما يمكن لخبراء أخلاقيات الذكاء الاصطناعي في شركة
IBM Consulting مساعدتك في تحديد المعايير
الصحيحة لأعمالك.

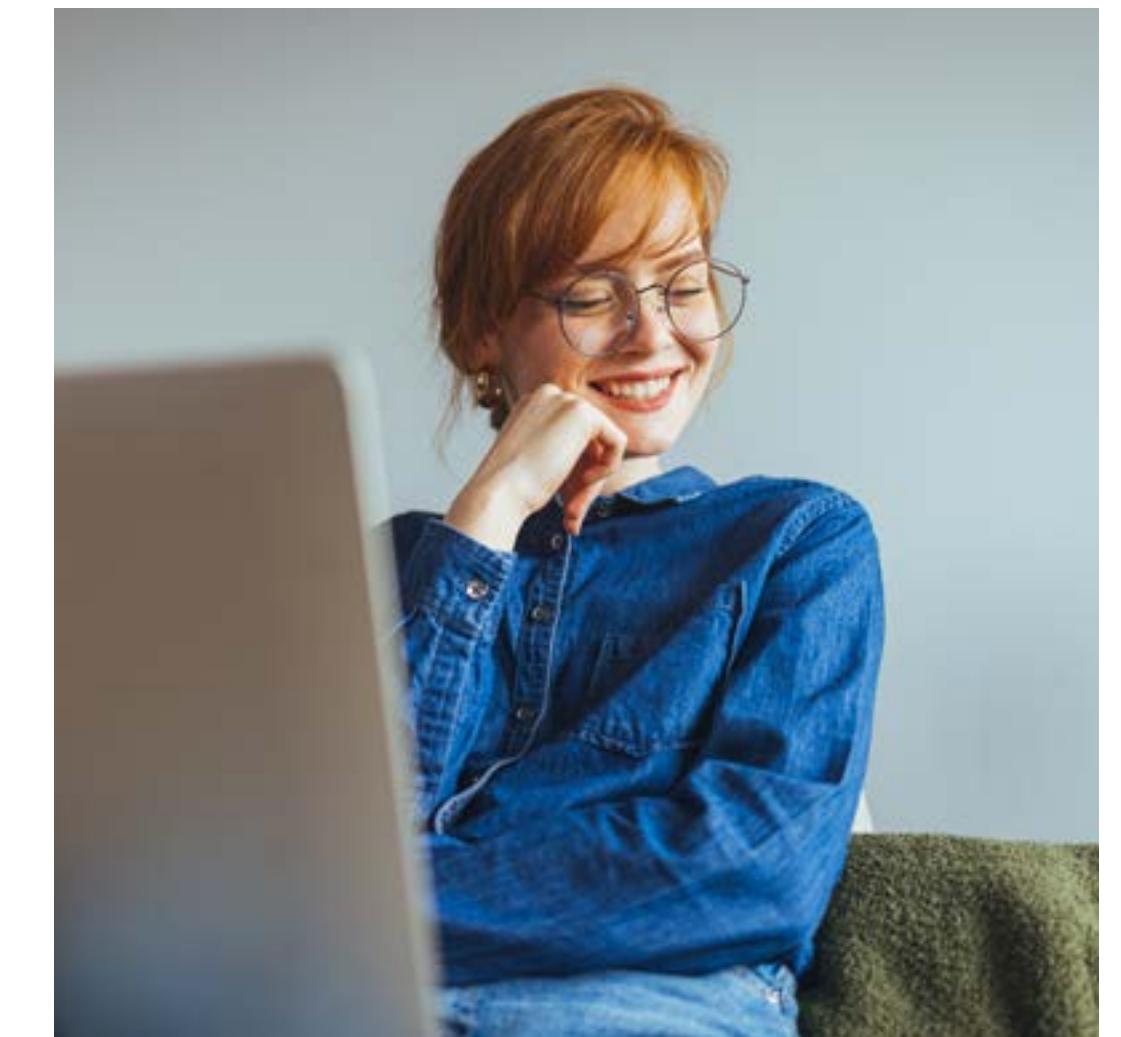
هل أنت جاهز للبدء؟

توفر IBM التقنية والخبرة اللازمين لمساعدتك في رحلة استخدام الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء.

[اطلب ملخصاً لاستراتيجية الذكاء الاصطناعي من أحد خبراء شركة IBM](#)

الخبرة في مجال الذكاء الاصطناعي
تميز [IBM Consulting](#) بخبرتها في تحويل خدمة العملاء بشكل شامل، بدءاً من استراتيجيات الذكاء الاصطناعي والتصميم والتنفيذ إلى إدارة مستمرة لعمليات خدمة العملاء والخدمات الميدانية. نعمل ضمن منظومة مفتوحة من الشركاء التقنيين، ونخدم أكثر من 1,250 عميلاً نشطاً في الذكاء الاصطناعي عالمياً، ولدينا أكثر من 40,000 مشروع في مجال الذكاء الاصطناعي والتحليلات.

يعد مساعد الذكاء الاصطناعي [IBM watsonx Assistant](#) منصة رائدة في السوق في مجال الذكاء الاصطناعي الحواري مصممة لتجاوز العوائق التقليدية في الدعم، وتقديم تجارب متميزة للعملاء المحتملين، والعملاء الحاليين، والموظفين. تعد منصة [IBM watsonx Assistant](#) مدعومة بالذكاء الاصطناعي التوليدي، وواجهة مستخدم بسيطة، وتعمل على مساعدة الفرق على بناء وكالة متقدمة وروبوتات محادثة تقدم دعماً تلقائياً للخدمة الذاتية عبر جميع القنوات ونقاط الاتصال.



ُعرض جميع أمثلة العملاء المنقولة أو المذكورة كإيساحات للطريقة التي تستخدم بها بعض العملاء منتجات IBM، والنتائج التي قد يحققونها. وستختلف التكاليف البيئية الفعلية وخصائص الأداء وفقاً لتكوينات وظروف كل عميل على حدة. لا يمكن تقديم نتائج متوقعة عامة لأن نتائج كل عميل تعتمد بالكامل على الأنظمة والخدمات التي يطلبها العميل. المعلومات الواردة في هذا المستند تُقدم "كما هي" دون أي ضمانات صريحة أو ضمنية، مثل جميع ضمانات الصلاحية التجارية، أو الملاعنة لغرض معين، أو الضمانات والشروط الخاصة بعدم انتهاك حقوق الأطراف الأخرى. تشتمل منتجات IBM على ضمان وفقاً لشروط الاتفاقيات التي تُوفر بموجبها وأحكامها.

بيان الممارسات الأمنية الجيدة: ينبغي عدم اعتبار أي نظام أو منتج من منتجات تقنية المعلومات آمناً تماماً، ولا يمكن أن يكون أي منتج أو خدمة أو إجراء أمني واحد فعالاً فعالية شاملة؛ فيما يتعلق بقدرتها على منع إساءة الاستخدام أو الوصول غير المصرح به. لا تضمن شركة IBM حصانة أي أنظمة أو منتجات أو خدمات ضد السلوك الخبيث أو غير القانوني الصادر عن أي طرف، ولا تدعي أن أي من هذه الأدوات ستحصن مؤسستك ضده.

© حقوق الطبع والنشر لعام 2023 محفوظة لشركة
IBM Corporation

أُنتج في الولايات المتحدة الأمريكية
ديسمبر 2023

IBM، وشعار IBM، وIBM Consulting، وIBM Garage، و Watsonx، Watsonx.ai، Watsonx.data، هي علامات تجارية
أو علامات تجارية مسجلة لشركة International Business Machines Corporation في الولايات المتحدة و/أو دول أخرى.
قد تكون أسماء المنتجات والخدمات الأخرى علامات تجارية لشركة IBM أو شركات أخرى. توجد قائمة محدثة بالعلامات التجارية الخاصة بشركة IBM على الرابط: ibm.com/ae-ar/trademark.

يصبح هذا المستند سارياً بدءاً من تاريخ النشر الأول، ويجوز لشركة IBM تغييره في أي وقت. لا تتوفر بعض العروض في بعض الدول التي تعمل فيها IBM.

1. حالة العميل المتصل، الإصدار الخامس، فريق المبيعات، 2022.

2. دليل شاغلي منصب CEO للذكاء الاصطناعي التوليد: خدمة
العملاء، معهد IBM لقيمة الأعمال، 1 أغسطس 2023.

3. دليل شاغلي منصب CEO للذكاء الاصطناعي التوليد:
المنصات وأبيانات والحكومة، معهد IBM لقيمة الأعمال،
1 أغسطس 2023.

4. اتخاذ قرارات CEO في عصر الذكاء الاصطناعي،
معهد IBM Institute for Business Value،
بتاريخ 27 يونيو 2023.

5. استجابة العملاء في ثوانٍ، وليس في دقائق،
لكنبل وح IBM، تألاح تأساربراديسكونوي، يونيو 2023.

6. الذكاء الاصطناعي التوليد في العمل، المكتب الوطني للبحوث
الاقتصادية، أبريل 2023.

7. إعداد تجربة العملاء بتصور جديد باستخدام المساعد الافتراضي
المدعوم بالذكاء الاصطناعي، دراسة حالة من IBM عن
الذكاء الاصطناعي التوليد في العمل، المكتب الوطني للبحوث
الاقتصادية، يونيو 2022.

8. التخلص من عنااء شراء منزل، دراسة حالة من IBM عن
NatWest Group، يناير 2021.

9. بناءً على نتائج الاستطلاع المعياري لتجربة العملاء الذي أجرته
شركة فورستر، المستهلكون الأمريكيون، أشار إلى 2022 من
بين 11009 من مستخدمي بطاقات الائتمان في تصنيفات
مؤشر تجربة عملاء لبطاقات الائتمان الأمريكية، 2022،
Forrester، 11 نوفمبر 2022.