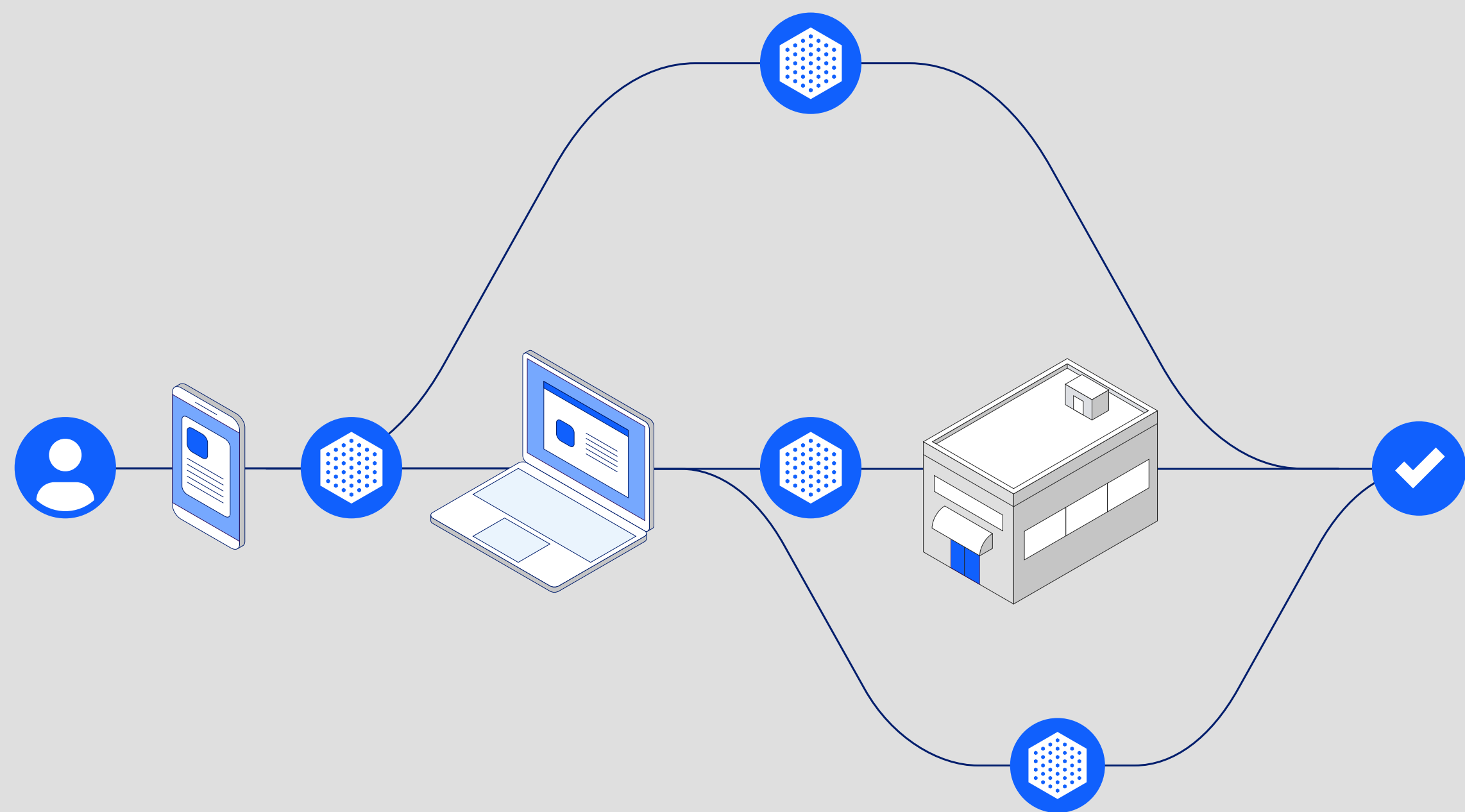


الذكاء الاصطناعي

أكاديمية

استخدم الذكاء الاصطناعي
لخدمة العملاء في قطاعات
الطاقة والبيئة والمرافق



← 01

خدمة العملاء في زمن الذكاء الاصطناعي

← 02

العامل الأساسي لبناء الذكاء الاصطناعي المسؤول

← 03

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

← 04

الجمع بين الذكاء الاصطناعي التقليدي والذكاء الاصطناعي التوليدي

← 05

الاستفادة من إمكانيات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء

← 06

اتخاذ الخطوات التالية

→ 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 المتسارع على الاستدامة من خلال التحول إلى الكهرباء النظيفة. وتحدّد شركات مرافق الخدمات فرصاً جديدة مع تحول الأسواق إلى التقنيات والأنظمة البنائية الجديدة في مجال الطاقة التي تتيح خدمات وحلولاً جديدة للعملاء.



يتمثل جزء أساسي من هذا التحول في التواصل مع العملاء وتحويل التجربة التي يواجهونها خلال عملية الانتقال. وبالتالي، يُعدّ تقديم أفضل تجربة ممكنة لعملائك ضرورة استراتيجية. يطالب المستهلكون اليوم بخدمة فائقة بغض النظر عن نوع العمل أو احتياجاتهم الخاصة. فوفقًا لبحث أجرته 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 يوميًا، وعبر القناة التي يختارونها.

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

يُعد الذكاء الاصطناعي التوليدي فئة من خوارزميات الذكاء الاصطناعي التي يمكنها إنتاج أنواع مختلفة من المحتوى، من ضمنها النصوص، والصور، والمقاطع الصوتية، والبيانات الاصطناعية. في حين يجري تدريب نموذج التعلم الآلي للذكاء الاصطناعي التقليدي عادةً على أداء مهمة واحدة باستخدام البيانات المصنَّفة، يمكن تدريب نموذج الأساس للذكاء الاصطناعي التوليدي على كميات كبيرة من البيانات غير المصنَّفة باستخدام الإشراف الذاتي. ويمكن إنشاء نماذج أكثر تفصيلًا مصممة خصيصًا لحالات استخدام أو مجالات محددة بناءً على نموذج الأساس، ما يجعله أكثر قابلية للتوسع وأكثر فاعلية من حيث التكلفة مقارنةً بالبداية من الصفر.

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



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

يتمتع الذكاء الاصطناعي بالقدرة على حل العديد من التحديات في مجال خدمة العملاء، بدءًا من ترقية الخدمة الذاتية للعملاء إلى دعم الوكلاء، ومنحهم إمكانية التركيز على المشكلات الأكثر تعقيدًا. كما يمكن أن يساعد على تحسين مراكز الاتصال بحيث لا تتمكن من حل مشكلات العملاء فحسب، بل تصبح مصدرًا 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 أيضًا ضمان أن تكون بنية البيانات الأساسية للشركة قوية، وتتكامل مع أي منصات تقنية موجودة.

لا يوجد حل واحد يناسب الجميع في مجال الذكاء الاصطناعي، لذلك من الضروري أن تركز على كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لمواجهة التحديات الفريدة لمؤسستك. عندما تفكر في كيفية نشر الذكاء الاصطناعي التوليدي 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.

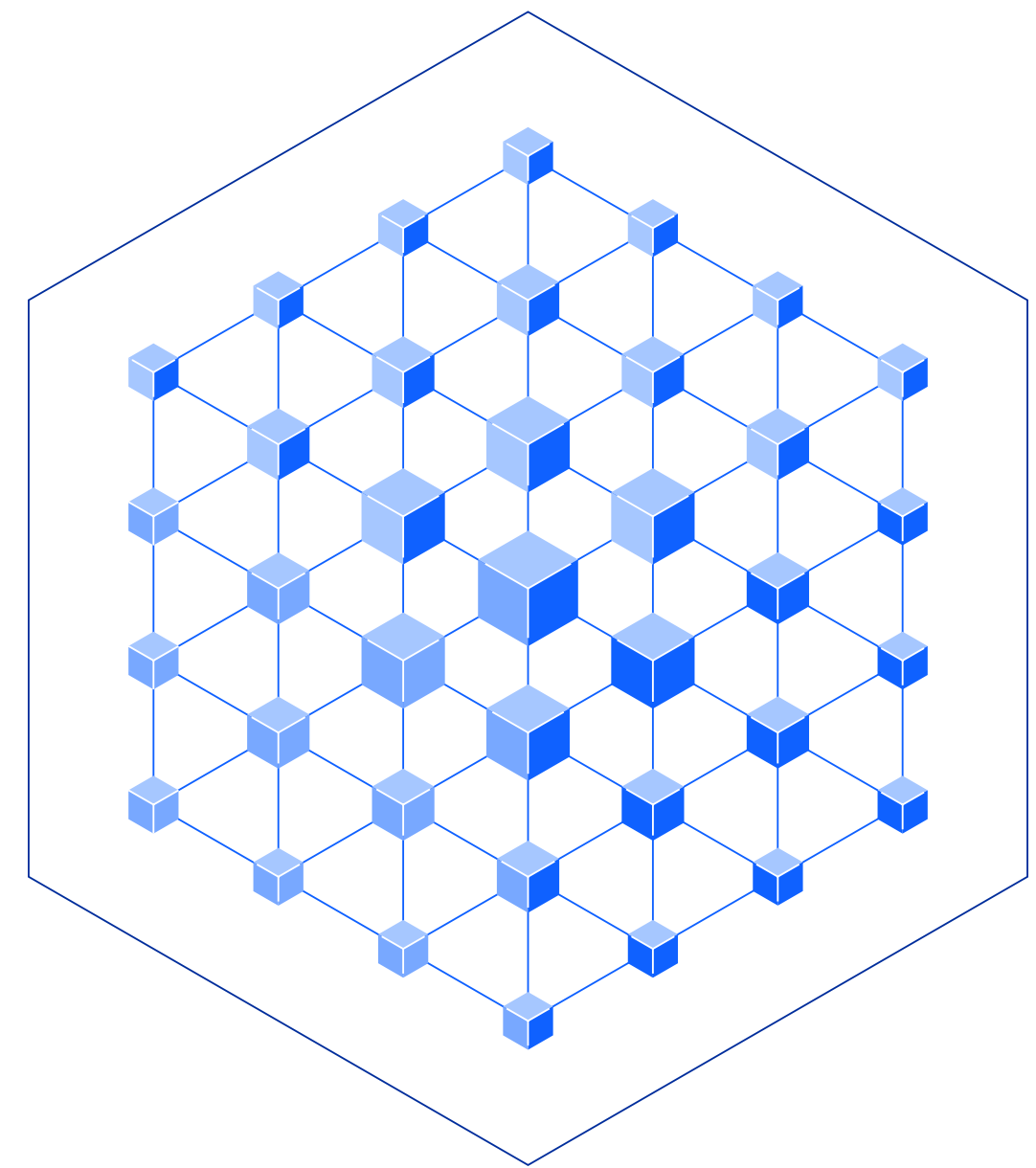
2. كيف يمكنني توسيع نطاق الذكاء الاصطناعي في

أعمالي؟ لتوسيع نطاق جهودك في مجال الذكاء

الاصطناعي بنجاح، يتعين 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.



الذكاء الاصطناعي التوليدي

العامل الأساسي لبناء الذكاء الاصطناعي المتسؤول

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

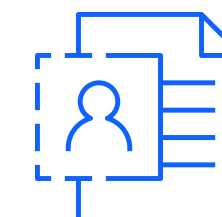


وجدت IBM IBV أن المديرين التنفيذيين المشمولين بالاستطلاع لديهم 3 مخاوف رئيسية بشأن اعتماد الذكاء الاصطناعي التوليدي.³

1. 61% منهم لديهم مخاوف بشأن دورة حياة البيانات أو مصدرها.
2. 57% منهم لديهم مخاوف بشأن أمن البيانات.
3. 45% لديهم مخاوف بشأن خصوصية البيانات.

لقد كانت IBM شريك أعمال موثوقًا به لأكثر من 100 عام وتلتزم بثلاثة [مبادئ 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.

مبادئ شركة IBM التوجيهية لأخلاقيات الذكاء الاصطناعي



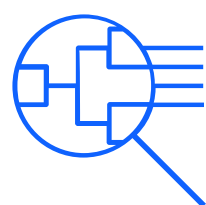
الغرض من الذكاء الاصطناعي هو تعزيز الذكاء البشري

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



البيانات والمعارف مملوكة لمنشئها

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



يجب أن تتسم التقنية بالشفافية والقابلية للتفسير

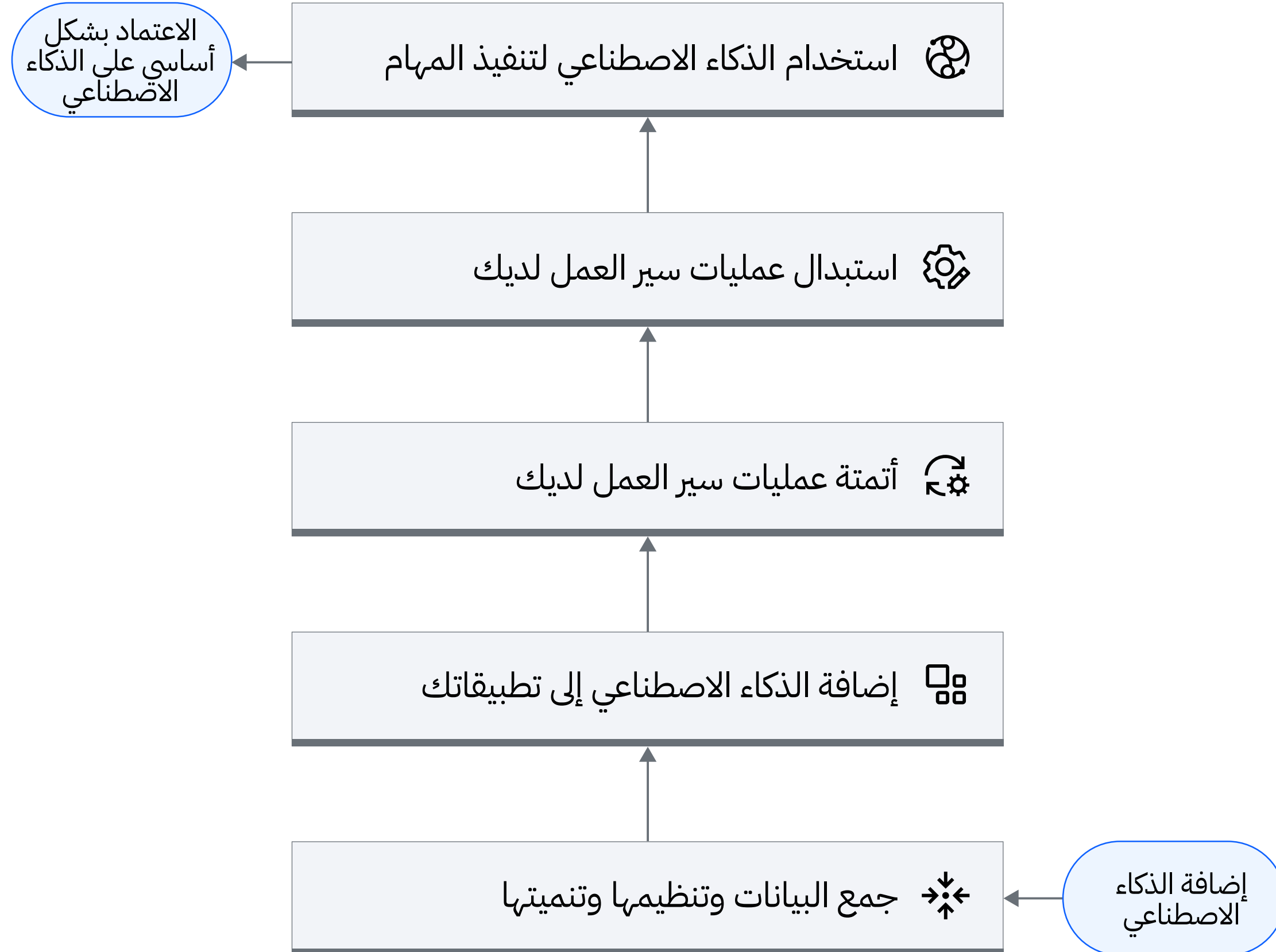
يجب على الشركات أن تراعي الوضوح حول من يدرب أنظمة الذكاء الاصطناعي لديها، وما البيانات المستخدمة، وما يدخل في توصيات خوارزمياتها.

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

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

والآن أصبح الذكاء الاصطناعي هو محور تحول الأعمال—ويعتقد 75% من قادة الأعمال المشمولين بالاستطلاع أن الميزة التنافسية ستعتمد على من يتمتع بالذكاء الاصطناعي التوليدي الأكثر تقدمًا⁴. لكن تسخير إمكانيات الذكاء الاصطناعي لإجراء تحول في خدمة العملاء يتطلب بشكل أساسي مزيجًا 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.

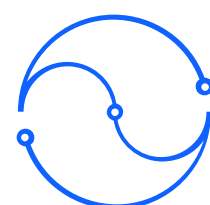
في العصر الحديث The AI Ladder®



الجمع بين الذكاء الاصطناعي التقليدي والذكاء الاصطناعي التوليدي

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

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 التوليدي؛ لضمان أن يتوفر لديك المزيج الصحيح منهما لتحقيق أهدافك في مجال خدمة العملاء. يمكن أن تؤدي إضافة الذكاء الاصطناعي التوليدي إلى تحويل روبوت المحادثة المدعوم بالذكاء الاصطناعي التقليدي والمبرمج بردود وتعلم محدودين إلى مساعد افتراضي تفاعلي يتعلم بمرور الوقت. تتطور تقنية الذكاء الاصطناعي التوليدي بسرعة، ما يفتح آفاقاً جديدة أمام الشركات لاستخدام قدرات الذكاء الاصطناعي التوليدي بمدى وحجم غير مسبوقين.



الذكاء الاصطناعي التقليدي

- التحليلات
- التعلم الآلي (ML)
- التعلم العميق

التعريف: الخوارزميات التي يمكنها تحليل المحتوى لتقديم تنبؤات وتحديد الإجراءات.

المهام:

- التنبؤ بتناقص العملاء
- تتبع صافي نقاط الترويج (NPS)
- الكشف عن الخلل في الشبكة
- الذكاء الاصطناعي الحوارى للوكلاء الافتراضيين وروبوتات المحادثة



الذكاء الاصطناعي التوليدي

- نماذج الأساس
- النماذج اللغوية الكبيرة (LLMs)

التعريف: الخوارزميات التي يمكنها إنتاج محتوى جديد تمامًا وفهم المحتوى الحالي بشكل أفضل.

المهام:

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

تسخير الذكاء الاصطناعي في العمل لخدمة العملاء

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 مواقع الشركات على الويب وتقديم رؤى أفضل حول حساباتهم.



في حين أن التطبيقات المحتملة للذكاء الاصطناعي التوليدي 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 اللازمين بسرعة، بحيث يمكنهم حل المشكلات الشائعة بأنفسهم؛ مما يتيح للوكلاء البشريين التركيز على المشكلات الأكثر تعقيدًا. ويتوقع العملاء أن يتمكنوا من التفاعل عبر الأجهزة والقنوات التي يفضلونها، سواء كان ذلك من خلال المحادثة المباشرة، أو البريد الإلكتروني، أو مكالمات هاتفية على موقع الشركة الإلكتروني، أو تطبيقاتها أو حساباتها على وسائل التواصل الاجتماعي.

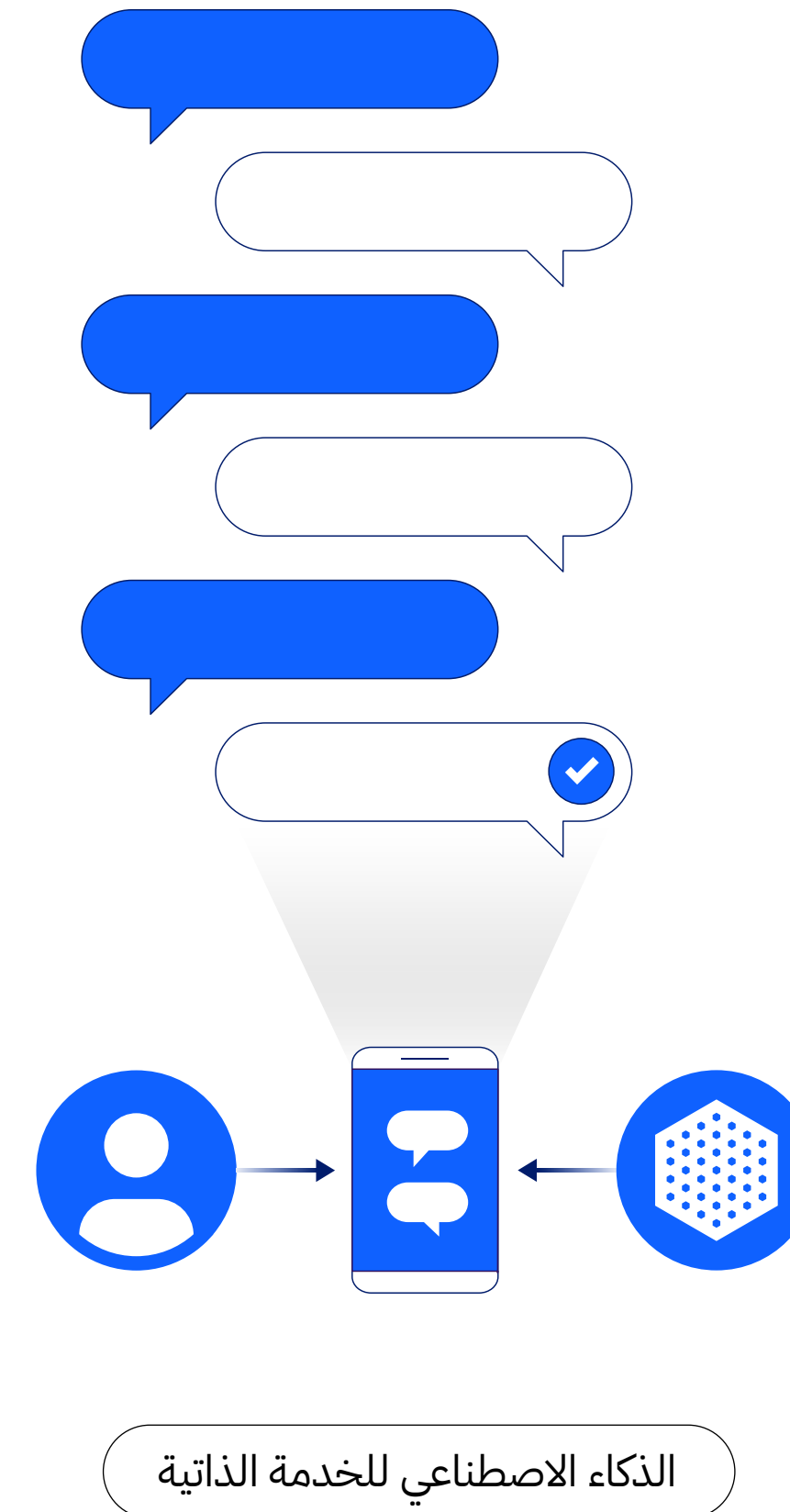
يعتمد رضا العملاء على أكثر من مجرد تقديم إجابات محددة مسبقًا عن الأسئلة الشائعة. ويمكن للذكاء الصناعي التوليدي أن يرتقي بخدمة العملاء إلى مستوى جديد تمامًا، ما يسهّل التفاعلات الأكثر خصوصية. فالوكلاء الافتراضيون المدعومون بالذكاء الاصطناعي التوليدي والمعنون بخدمة العملاء الذاتية يمكنهم الإجابة على الأسئلة، بطرق تأخذ في الاعتبار سياق العميل وظروفه الخاصة—بما في ذلك الفروق الدقيقة الضمنية، مثل مشاعر العميل، وسجلّ دعمه، وعلاقته مع الشركة.

سير عمل خدمة العملاء الذاتية



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

حتى عندما تظهر موضوعات لا يستطيع الوكيل الافتراضي حلها بمفرده، مثل المشكلات المعقدة أو الموضوعات الحساسة، فإن الذكاء الاصطناعي التوليدي يمكنه 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 بسلسلة من حيث انتهى الوكيل الافتراضي. باستخدام [IBM watsonx Assistant](#)، وهو حل رائد في السوق وقائم على الذكاء الاصطناعي الحوارية، يمكن للشركات أتمتة خدمة العملاء بدقة تصل إلى 95%⁵، ما يساعد على تحسين الإنتاجية، ومعدلات حل المشكلات.



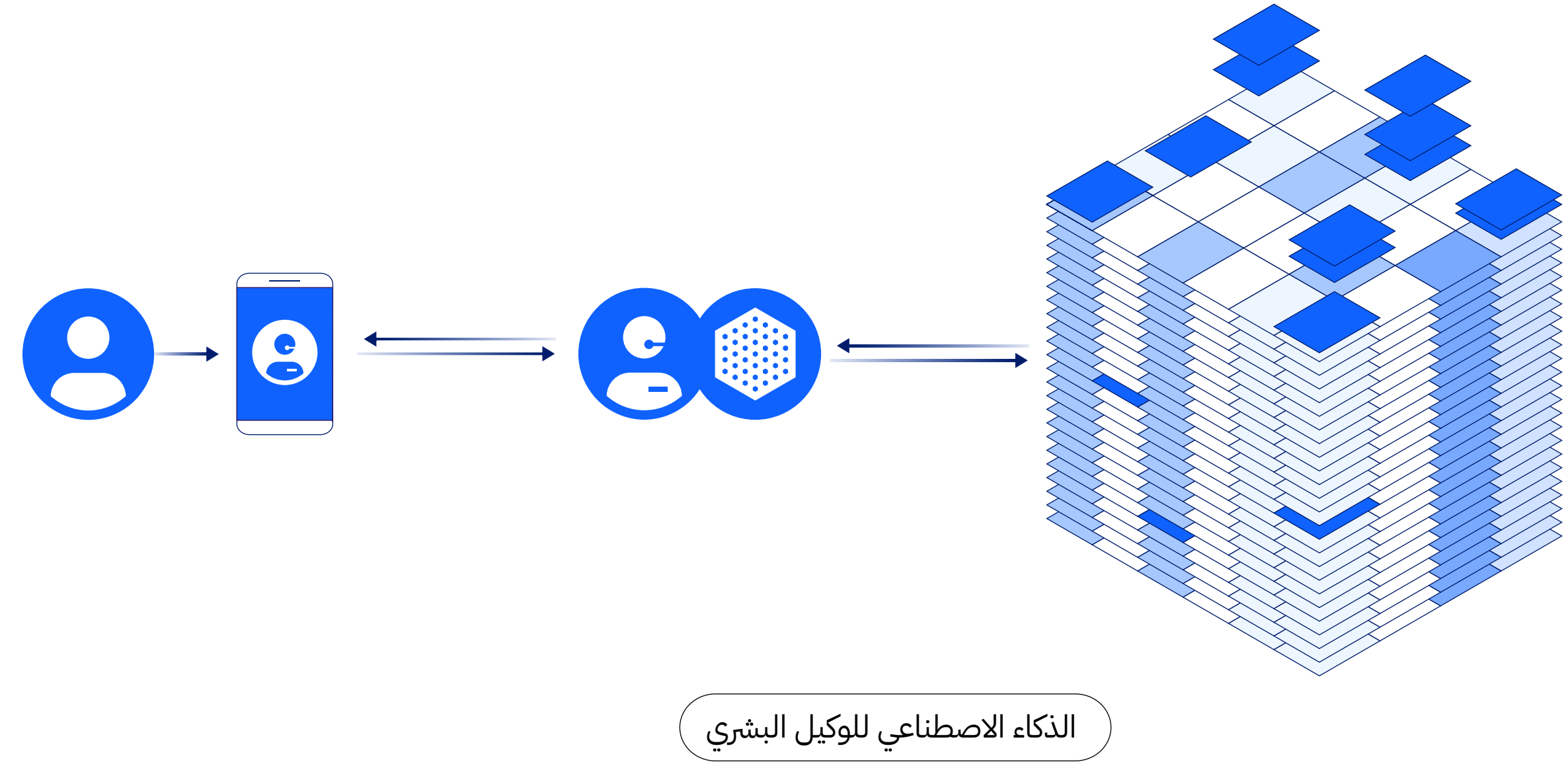
تشير هذه النتيجة إلى أن الذكاء الاصطناعي التوليدي يمكن أن يساعد الشركات على تدريب وكلاء جُدد بسرعة، وتوصيل الموظفين الجُدد بسرعة إلى مستوى زملائهم الأكثر خبرة. ووجدت الدراسة أيضًا أن مساعدة الوكيل عن طريق الذكاء الاصطناعي التوليدي أدت إلى تحسين معنويات العملاء، وتقليل طلبات التدخل الإداري، وتحسين معدل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

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 التوليدي لدعم الوكلاء مباشرة.² يتضمن نشر الذكاء الاصطناعي التوليدي تدريب الوكلاء، ودعمهم وتمكينهم من التفاعل مباشرة مع التطبيقات التقنية لتحسين المساعدة المقدّمة. حتى قبل أن يحتوي IBM watsonx Assistant على قدرات الذكاء الاصطناعي التوليدي، استطاعت شركة التجزئة Camping World رفع كفاءة الوكلاء بنسبة 33%، وتقليص 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 وإنتاجيتهم ومعرفتهم. ولكن هل يستطيع وكلاؤك الوصول إلى أحدث 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 بسلاسة؟ هل يمكنهم إنشاء ردود تلقائية على البريد الإلكتروني؟ يمكن للذكاء الاصطناعي التوليدي أداء ذلك؛ لذا فهو بمثابة نقطة تحول.

تُبين الأبحاث الحديثة التي أجراها المكتب الوطني للبحوث الاقتصادية (NBER) أنه عندما مُنح وكلاء دعم العملاء الذين خضعوا للدراسة إمكانية الوصول إلى المساعد الحواري الذي يعتمد على الذكاء الاصطناعي التوليدي، 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



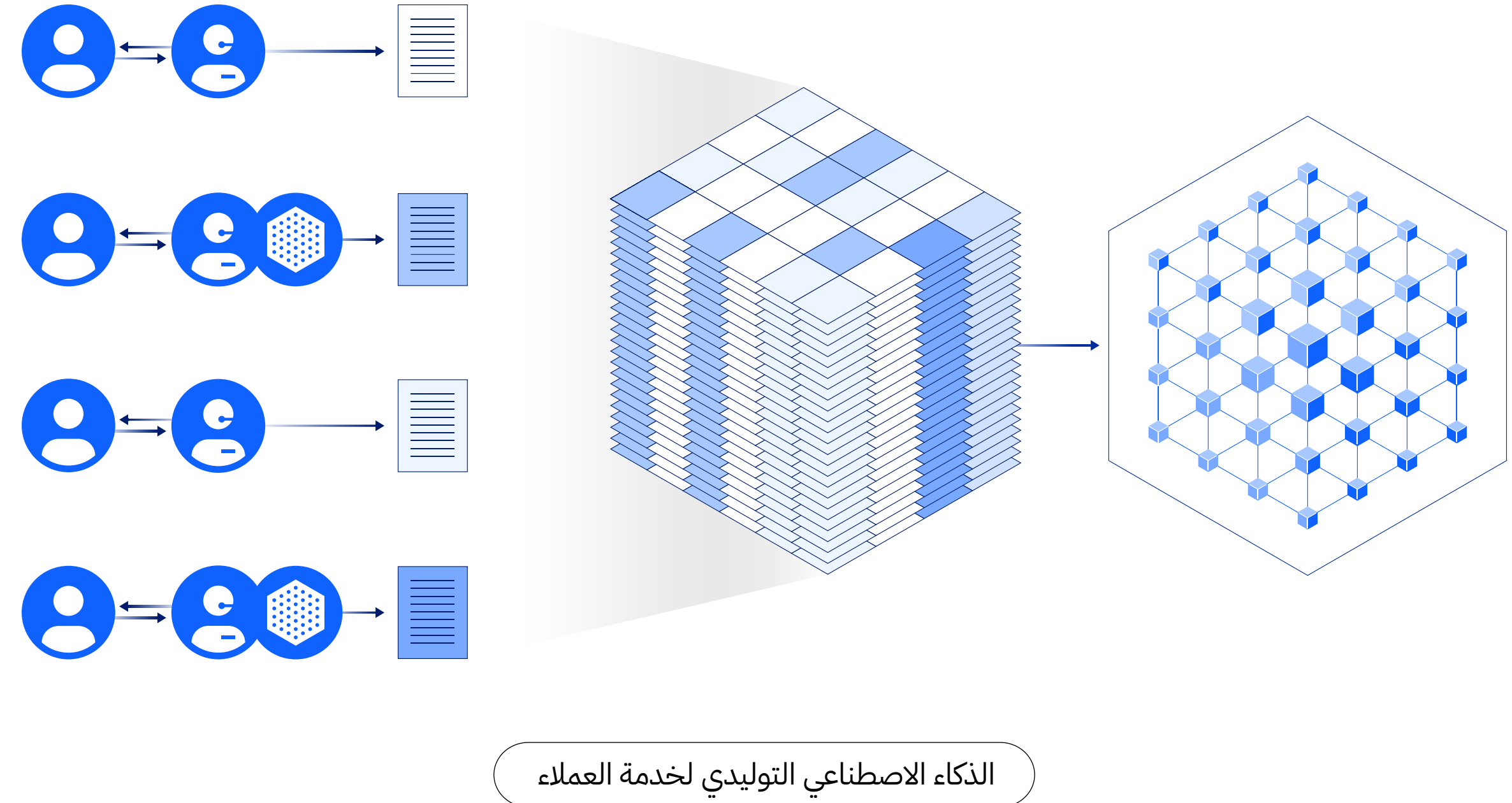
عندما نُفّذت شركة NatWest Group أداة دعم الرهن العقاري الرقمية التي تم إنشاؤها باستخدام IBM watsonx Assistant، شهدت تحسُّناً بنسبة 20% في ولاء العملاء، حتى قبل دمج قدرات الذكاء الاصطناعي التوليدي.⁸ يؤدي هذا إلى إطلاق العنان لإمكانية تحقيق المزيد من الإيرادات. في الواقع، ووفقاً لاستطلاع Forrester بشأن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

- 91% خططوا للاستمرار 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 مزيداً من الوقت للتركيز على المشكلات المعقدة. يمكن للذكاء الاصطناعي التوليدي، من خلال مجموعات البيانات، تحديد الأنماط والمعارف، والتعلم من المعلومات التي يجمعها. وتتيح له هذه القدرة تحسين الشبكة، وتخصيص الاتصالات مع العملاء، وتقديم التوصيات، وحتى إعداد منتجات أو خدمات جديدة لتحويل مراكز الاتصال إلى مصادر للإيرادات.

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



سير عمل عمليات مركز الاتصال

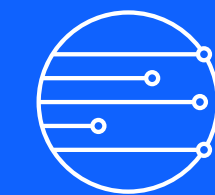
1

يأتي العملاء إلى مركز الاتصال لحل المشكلات المتعلقة بالشركة أو بعروضها.



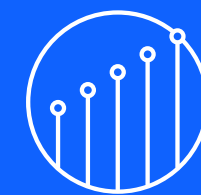
2

يقدم الوكلاء الافتراضيون ردودًا سريعة ودقيقة على استفسارات العملاء لتسريع وقت الحل، وزيادة رضا العملاء.



3

يوفر الذكاء الاصطناعي التوليدي ملخصات الحالة للوكلاء البشريين؛ حتى يتمكنوا من تقديم خدمة سلسلة، وزيادة الإنتاجية، وتعزيز الرضا الوظيفي.



4

تُستخدم المعلومات المستمدة من تفاعلات العملاء مع كل من الوكلاء الافتراضيين والبشريين لاستمرار تدريب نماذج الذكاء الاصطناعي التوليدي 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 ومناسبة لزيادة الإيرادات.



اتخاذ الخطوات التالية

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

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—أمرًا 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؛ لأتمتة العمليات الرئيسية وزيادتها—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 لمؤسستك وحالات الاستخدام ذات الأولوية لها، اطلب [ملخصًا 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.

02

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

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 مناسبًا لهذا الغرض، مستندًا إلى بنية بحيرات البيانات المفتوحة، مدعومة بالاستعلام، والحوكمة، وتنسيقات البيانات المفتوحة للوصول إلى البيانات ومشاركتها في مؤسستك.

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، والممارسات، والمبادئ التوجيهية على مستوى الموظفين الذين يستخدمون التقنية.

تعد مجموعة أدوات [IBM watsonx.governance](https://www.ibm.com/watsonx/governance) حلاً شاملاً لحوكمة الذكاء الاصطناعي عبر دورة حياة النموذج بأكملها؛ لكي تتسم مهام سير عمل الذكاء الاصطناعي بالمسؤولية والشفافية والقابلية للتفسير.

من المتوقع أن كون 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.

04

تأكد من أن لديك المهارات المناسبة

والتوجيه 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، وعمليات الخدمة الميدانية.

05

ابحث عن الشريك المناسب

تفتقر العديد من الشركات إلى مهارات الذكاء الاصطناعي، والمعرفة بتحول الخدمة المطلوبة لتحقيق النجاح داخل الشركة؛ لذلك من الضروري التعاون مع خبراء خارجيين لتعزيز كفاءة فريقك. حدّد 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 واحدة تناسب الجميع.

تعمل شركة [IBM Consulting](https://www.ibm.com/consulting) مع منظومة مفتوحة من الشركاء التقنيين؛ للتأكد من إمكانية عثورنا على الخيار الأنسب لأعمالنا. يمكن لنهجنا السريع الذي يركّز على الخبرة في تصميم الأعمال، إلى جانب مجموعتنا من أدوات تسريع سير العمل المدعومة بالذكاء الاصطناعي، أن يساعدك على توسيع نطاق الذكاء الاصطناعي بسرعة. لدينا أكثر من 1,250 عميلًا فعليًا في مجال الذكاء الاصطناعي في جميع أنحاء العالم، وحققنا أكثر من 40,000 مشاركة في مجال الذكاء الاصطناعي والتحليلات.

06

ابدأ صغيرًا، واختبر وتوسع

تأكد من أن الطريقة التي تستخدم بها الذكاء الاصطناعي في عملك تضعك على المسار الصحيح لتحقيق قيمة الأعمال بسرعة ومسؤولية. طبّق الذكاء الاصطناعي التوليدي على مهمة محددة أو سير عمل في بيئة منخفضة المخاطر. من خلال تكرار العمل، حدد الحد الأدنى من المنتج القابل للتطبيق (MVP)، وجربّه، ثم حسّنه بناءً على مؤشرات الأداء الرئيسية القابلة للقياس. إذا نجحت، فوسع نطاقها في جميع أقسام عملك وامنض قدمًا بشأن حد MVP مع حالات استخدام أخرى ذات أولوية. جرّب، وأثبت النجاح، ووسع النطاق، وكرر الإجراء.

باستخدام منهجية [IBM Garage™](https://www.ibm.com/garage) التي وضعناها، تعمل شركة IBM Consulting معك لتحديد الممارسات والتقنيات والخبرة التي تحتاجها أعمالك للتخطيط لرحلة تحوّل خدمة العملاء لديك بدءًا من التفكير إلى البناء ووصولاً إلى التوسع. من خلال تكرار العمل، نستخدم Enterprise Design Thinking® لمشاركتك في إنشاء الحد الأدنى من المنتج القابل للتطبيق (MVP)، وقياس نتائجه، ثم العمل على توسيع نطاقه في مختلف أقسام مؤسستك.

هل أنت جاهز للبدء؟

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

اطلب ملخصًا لاستراتيجية الذكاء الاصطناعي من أحد خبراء شركة IBM ←



يعد مساعد الذكاء الاصطناعي [IBM watsonx Assistant](#) منصة رائدة في السوق في مجال الذكاء الاصطناعي الحوارية 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 وكلاء متحدثين وروبوتات محادثة تقدم دعمًا تلقائيًا للخدمة الذاتية عبر جميع القنوات ونقاط الاتصال.

الخبرة في مجال الذكاء الاصطناعي تتميز [IBM Consulting](#) بخبرتها في تحويل خدمة العملاء بشكل شامل، بدءًا 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 عميلًا نشطًا في الذكاء الاصطناعي عالميًا، ولدينا أكثر من 40,000 مشروع في مجال الذكاء الاصطناعي والتحليلات.



تُعرض جميع أمثلة العملاء المنقولة أو المذكورة كإيضاحات للطريقة التي استخدم بها بعض العملاء منتجات IBM، والنتائج التي قد يحققونها. وستختلف التكاليف البيئية الفعلية وخصائص الأداء وفقًا 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 تُقدَّم "كما هي" دون أي ضمانات صريحة أو ضمنية، مثل جميع ضمانات الصلاحية التجارية، أو الملاءمة لغرض معين، أو الضمانات والشروط الخاصة بعدم انتهاك حقوق الأطراف الأخرى. تشمل منتجات IBM على ضمان وفقًا لشروط الاتفاقيات التي تُوفّر بموجبها وأحكامها.	© حقوق الطبع والنشر لعام 2023 محفوظة لشركة IBM Corporation	
	IBM Middle East FZ-L.L.C Saudi Arabia Branch Kingdom Tower P.O.Box: 50705 King Fahad Road. Riyadh 11533 Kingdom Of Saudi Arabia IBM Corporation New Orchard Road Armonk, NY 10504	
	أُنْتُج في الولايات المتحدة الأمريكية ديسمبر 2023	
	IBM، وشعار IBM، وIBM Consulting، وIBM Garage، و watsonx، وwatsonx.ai، و 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/sa-ar/trademark .	
	يصبح هذا المستند ساريًا بدءًا 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 التوليدي: خدمة العملاء، معهد IBM لقيمة الأعمال، 1 أغسطس 2023.		
3. دليل شاغلي منصب CEO للذكاء الاصطناعي التوليدي: المنصات والبيانات والحوكمة، 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، لـ IBM ّة لـ ساردبراديسكون و، يو 2023.		
6. الذكاء الاصطناعي التوليدي 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 Camping World، يونيو 2022.		
8. التخلص من عناء 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، أُشير إلى 2022 من بين 11009 من مستخدمي بطاقات الائتمان في تصنيفات مؤشر تجربة عملاء لبطاقات الائتمان الأمريكية، 2022، Forrester، 11 نوفمبر 2022.		