

التكليف العملي الأول

تقييم توظيف الذكاء الاصطناعي في المزيج التسويقي لشركة Amazon

أولاً: تحليل دور الذكاء الاصطناعي

- المنتج: نظام التوصية يخصص المنتجات حسب سلوك العميل.
- السعر: التسعير الديناميكي وفق العرض والطلب.
- التوزيع: إدارة المخزون والتنبؤ بالطلب لتسريع التوصيل.
- الترويج: إعلانات موجهة حسب اهتمامات العملاء.
- خدمة العملاء: روبوتات دردشة واستجابة فورية.

ثانياً: تقييم أثر الذكاء الاصطناعي

- تحسين تجربة العميل.
- رفع كفاءة العمليات.
- زيادة دقة الاستهداف.
- تحسين المبيعات والأداء التسويقي.

ثالثاً: التقييم النقدي

- نقاط القوة: تحسين التجربة، رفع الكفاءة، زيادة فعالية الإعلانات، خفض التكاليف.
- نقاط الضعف: الخصوصية، أخطاء الخوارزميات، ارتفاع تكلفة الأنظمة، انخفاض التفاعل البشري.
- الخاتمة: نجحت Amazon في دمج الذكاء الاصطناعي داخل المزيج التسويقي مما أدى إلى تحسين تجربة العملاء وزيادة المبيعات ورفع كفاءة العمليات.