

اسم المادة: التسويق الرقمي

التكليف: التكليف العلمي الأول

عنوان التكليف: تقييم توظيف الذكاء الاصطناعي في المزيج التسويقي لشركة Amazon

موقع الشركة: <https://www.amazon.com>

حل التكليف العلمي الأول: دراسة حالة شركة أمازون

أولاً: تحليل دور الذكاء الاصطناعي في عناصر المزيج التسويقي

العنصر	التطبيق المستند للحالة	التحليل
1. المنتج	نظام التوصية (Recommendation System)	يساعد الذكاء الاصطناعي في تخصيص واجهة المنتجات لكل عميل بناءً على تاريخ تصفحه وشراءه، مما ينسجم مع اهتمامات العميل بشكل دقيق.
2. السعر	التسعير الديناميكي (Dynamic Pricing)	يتم تغيير أسعار المنتجات تلقائياً عدة مرات في اليوم حسب مستوى الطلب والعرض وأسعار المنافسين للحفاظ على التنافسية وأعلى ربحية.
3. التوزيع	التنبؤ بالطلب وإدارة المخزون	يستخدم التنبؤ بالطلب لتحديد كميات التخزين وأماكنها القريبة من العملاء، مما يقلل تكلفة التخزين الفائض ويسرع عملية التوصيل.
4. الترويج	الإعلانات الموجهة (Targeted Ads)	تحليل سلوك العميل لعرض إعلانات تناسب اهتماماته الفردية، مما يزيد من نسبة التفاعل والنقر مقارنة بالإعلانات العامة.
5. خدمة العملاء	خدمة العملاء الذكية	استخدام روبوتات الدردشة للرد الفوري على استفسارات العملاء، مما يقلل التكاليف التشغيلية ويوفر خدمة مستمرة طوال اليوم.

ثانياً: تقييم أثر الذكاء الاصطناعي بناءً على مؤشرات الأداء

- من خلال قراءة المؤشرات الموضحة في الحالة، يمكن تلخيص الأثر في النقاط التالية:
- **المبيعات والأداء التسويقي:** تطبيق نظام التوصية إلى تحقيق أكثر من 35% من إجمالي مبيعات الشركة، بالإضافة إلى زيادة معدل النقر (CTR) على الإعلانات الموجهة.
- **دقة الاستهداف:** التكتيف في تحليل بيانات وسلوك المستخدمين أسهم في تحويل الاستهداف من جماعي إلى استهداف فردي مباشر وخاص بكل عميل.

- **كفاءة العمليات:** أسهم التنبؤ الدقيق بالطلب في تقليل زمن التوصيل بنسبة وصلت إلى 30% في بعض المناطق، مع خفض فائض المخزون.
- **تجربة العميل وخدمته:** تسريع الردود وحل المشكلات الفورية عبر الأتمتة أدبأ إلى خفض تكاليف خدمة العملاء ورفع مستوى الاستجابة.

ثالثاً: تقييم نقدي للحالة

1. نقاط القوة:

- الربط المباشر بين التسويق والعمليات اللوجستية (التنبؤ بالطلب والتوصيل).
- تحقيق نتائج أداء رقمية وملموسة مثل نسبة 35% من المبيعات وتقليل زمن التوصيل 30%.
- المرونة السريعة في تعديل الأسعار بناءً على تغيرات السوق.

2. نقاط الضعف والمخاطر:

- قد تفتقر أتمتة خدمة العملاء عبر الروبوتات إلى التفاعل الإنساني المطلوب في المشاكل المعقدة.
- تغير الأسعار المستمر قد يضايق بعض العملاء عند ملاحظة اختلاف السعر في وقت قصير.
- الاعتماد الكلي على جودة البيانات، حيث إن أي أخطاء في البيانات قد تؤدي لتوصيات غير صحيحة.

3. مدى نجاح الشركة في التكامل بين الذكاء الاصطناعي والتسويق:

تُظهر الحالة نجاح شركة آمازون في تطبيق التكامل بين التقنية واستراتيجيات التسويق، حيث لم تكف بتطبيق الذكاء الاصطناعي في الواجهة الأمامية مع العميل (كالإعلانات والتوصيات)، بل ربطته بالعمليات الخلفية كالتخزين واللوجستيات، مما جعل الذكاء الاصطناعي عنصر أثر حقيقي في نجاح الشركة.