

يهدف هذا البحث إلى دراسة تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التسويق الرقمي، وكيف تسهم هذه التقنيات في تحسين استهداف العملاء وفهم سلوك المستهلك في المملكة العربية السعودية. كما يسلط الضوء على دور التحليل الذكي للبيانات والتوصيات المخصصة في التأثير على قرارات الشراء لدى المستهلكين، وتحسين فعالية الحملات التسويقية الرقمية.

ويتناول البحث أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التسويق الرقمي، مثل تحليل البيانات الضخمة، والتعلم الآلي، وأنظمة التوصية، وروبوتات المحادثة، ودورها في تعزيز تجربة العملاء وزيادة رضاهم وولائهم للعلامات التجارية.