

تحليل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء

إعداد الطالبة: رهام محمد حميد غالب

الرقم الأكاديمي: 232001202

المادة: فن التفاوض وخدمة الزبائن

رمز المادة: MKT421



١. نبذة مختصرة عن الشركة وطبيعة خدماتها

تعد شركة Amazon من أكبر شركات التجارة الإلكترونية في العالم، تأسست عام 1994، وتقدم خدمات التسوق الإلكتروني، والتوصيل، والحوسبة السحابية، والأجهزة الذكية. وتعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي لتطوير خدماتها وتحسين تجربة العملاء

٢. تحديد تطبيق الذكاء الاصطناعي المستخدم في خدمة العملاء

تعتمد شركة Amazon على روبوتات المحادثة (Chatbots)، وهي أحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في خدمة العملاء. وتساعد هذه الروبوتات في الرد على استفسارات العملاء، وتتبع الطلبات، واسترجاع المنتجات، والإجابة عن الأسئلة الشائعة بسرعة وكفاءة.

٣. شرح كيفية عمل التطبيق ودوره في التواصل مع العملاء

عند تواصل العميل مع خدمة العملاء عبر موقع أو تطبيق Amazon، يستقبل روبوت المحادثة الاستفسار ويحلله باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ثم يقدم الإجابة المناسبة أو يقترح الحلول المتاحة. وإذا كانت المشكلة تحتاج إلى تدخل بشري، يتم تحويل العميل إلى موظف خدمة العملاء لاستكمال المساعدة.

٤. تحليل أثر التطبيق

- سرعة الاستجابة: يرد على العملاء خلال ثوانٍ ويقلل وقت الانتظار.
- جودة الخدمة: يقدم معلومات دقيقة ومتسقة على مدار الساعة.
- رضا العملاء: يوفر خدمة سريعة وسهلة في أي وقت.
- تقليل الأخطاء أو التكاليف: يقلل الضغط على الموظفين ويخفض التكاليف التشغيلية.

٥. أبرز المزايا التي حققها استخدام الذكاء الاصطناعي

- خدمة متاحة 24 ساعة.
- سرعة الرد على العملاء.
- تحسين تجربة المستخدم.
- زيادة كفاءة العمل وتقليل التكاليف.

٦. التحديات أو المشكلات المحتملة

- قد لا يفهم جميع الاستفسارات المعقدة.
- ضعف التفاعل الإنساني في بعض الحالات.
- الحاجة إلى حماية بيانات العملاء وخصوصيتهم.

٧. رأيي الشخصي

أرى أن استخدام **Amazon** للروبوتات المحادثة يعد تجربة ناجحة؛ لأنه ساهم في تحسين سرعة الاستجابة وجودة الخدمة. وأقترح تطوير هذه الروبوتات لتصبح أكثر قدرة على فهم الاستفسارات المعقدة، مع تسهيل التواصل مع موظف خدمة العملاء عند الحاجة.