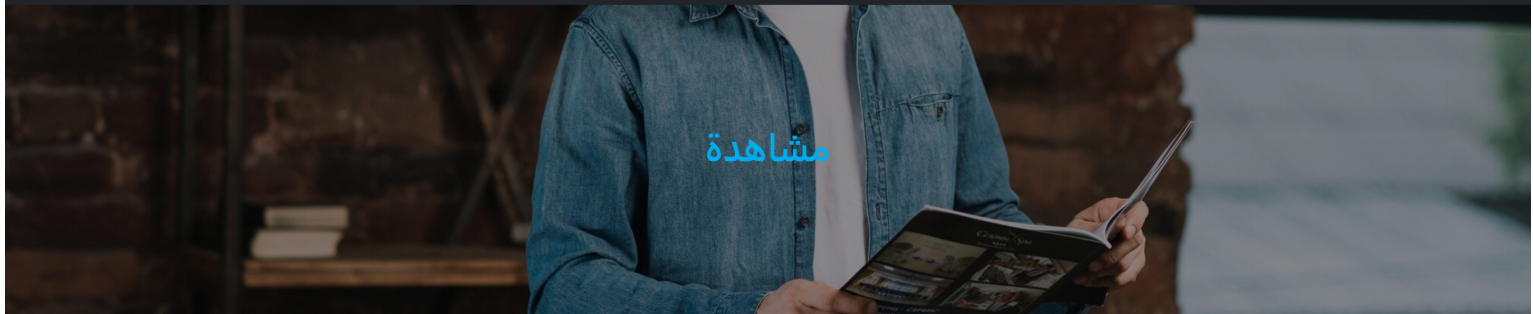




الرقم : 760

العنوان الكامل : اتجاهات خبراء التسويق الرقمي نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق وتأثيره على رضا العملاء

العنوان المختصر : الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي ورضا العملاء: رؤية الخبراء

المختصر : يستهدف هذا البحث دراسة تصورات خبراء التسويق الرقمي تجاه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الحملات التسويقية الحديثة، وتحليل مدى تأثير هذه التقنيات على رضا العملاء، خاصة ضمن السياقات العربية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت المقابلات شبه المهيكلة مع عشرة خبراء مختصين، جمعت بياناتهم وُحِلَّت باستخدام أسلوب التحليل الموضوعي لاستخلاص الأنماط المشتركة في تجاربهم. أظهرت النتائج أن للذكاء الاصطناعي دورًا محوريًا في تعزيز فعالية الحملات التسويقية من خلال تحليل البيانات السلوكية، تخصيص المحتوى، وأتمتة التفاعل مع العملاء، مما ساهم في رفع مستوى رضا المستخدمين. ومع ذلك، أشار المشاركون إلى تحديات متعلقة بضعف تمثيل السياقات الثقافية، والاعتماد المفرط على الأتمتة، إضافة إلى مخاوف الخصوصية. وقد خلصت الدراسة إلى ضرورة الموازنة بين الإمكانيات التقنية للذكاء الاصطناعي واللمسة البشرية في التخطيط والتنفيذ التسويقي، مع الدعوة إلى سن تشريعات واضحة تضمن الاستخدام الأخلاقي لتلك التقنيات، وتوصي بتدريب المسوقين على توظيفها بشكل احترافي يعزز من ثقة العملاء ويحقق فاعلية تسويقية مستدامة.

الكلمات المفتاحية : الذكاء الاصطناعي | التسويق الرقمي | رضا العملاء

تجربة المستخدم | الحملات التسويقية | التفاعل مع العملاء

الإقناع التسويقي

المؤلفين : فريدة محسن فريد

ملف البحث: [تحميل الملف](#)

الحالة : تمت الدفع

التكلفة : 918.00

Print

:Search

الرقم | ملف البحث | أنشأ بواسطة | اضيف في | الحالة

No data available in table

Showing 0 to 0 of 0 entries

Next Previous

