

دورة الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء CRM: البيانات والتنبؤ والقيمة التجارية

13 – 17 سبتمبر 2027

لندن - Premier Inn Victorya





دورة الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء CRM: البيانات والتنبؤ والقيمة التجارية

المرجع: 31919_631 التاريخ: 13 - 17 سبتمبر 2027 المكان: لندن - Premier Inn Victorya الرسوم: GBP 4300

ملخص البرنامج

الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء CRM محور دورة تدريبية تمتد أسبوعاً لرؤساء المبيعات والتسويق وتجربة العملاء، ويخرج منها كل مشارك بخطة لبيانات العملاء والتنبؤ في وظيفة تجارية واحدة. تحتفظ سجلات العملاء وتاريخ الخدمة وملاحظات المبيعات بإشارات قلما تستثمر، بينما تصل أدوات التنبؤ والذكاء التوليدي أسرع من البيانات والقواعد التي تسندها. وينتقل البرنامج من تدقيق بيانات العملاء إلى حالات التنبؤ والمساعدة في الخدمة والمبيعات ثم الحوكمة وتتبع القيمة، ويطبق ذلك على وظيفة يختارها المشاركون. تقدم مارس للتدريب المملكة المتحدة هذا البرنامج في الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء لمجموعات من منظمات مختلفة.

المبررات المؤسسية

تحدد أنظمة علاقات العملاء سرعة رؤية فريق المبيعات للمخاطر، ومدى اتساق استجابة فريق الخدمة، وتوجيه الجهد التجاري إلى الحسابات الصحيحة. وحين تضاف أدوات الذكاء الاصطناعي إلى سجلات ضعيفة تظل التوقعات ويصل إلى العملاء تواصل لا يعينهم. أما القادة الذين يختبرون جاهزية البيانات ويختارون حالات الاستخدام بالأدلة يضعون قواعد الإشراف فيحولون بيانات العملاء إلى قرارات تجارية يعتمد عليها.

- جودة تحويل العملاء المحتملين: ترتفع حين تختبر نماذج التقييم بالنتائج الفعلية وتضبط على عملية البيع.
- الاحتفاظ بالعملاء: يرتفع حين تطلق إشارات التسرب المبكرة إجراءات خدمة متفقا عليها.
- التعرض لمخاطر جودة البيانات: ينخفض حين تحدد ملكية السجلات وقواعد التحقق وتراجع.

المبادئ والأساس المعرفي

- ISO/IEC 42001: معيار نظام إدارة الذكاء الاصطناعي، ويستخدمه البرنامج لتحديد الملكية والضوابط والمراجعة لكل حالة استخدام في CRM.
- NIST AI Risk Management Framework: إطار إدارة مخاطر الذكاء الاصطناعي بوظائفه الأربع، ويطبق في مراجعة مخاطر نموذج تنبؤ مختار.
- نموذج القيمة الدائمة للعميل: نموذج يربط الاكتساب بالاحتفاظ والهامش، ويستخدم في الجلسة 3 لترتيب العملاء الأولى بالإجراء.



المشاركون المستهدفون

- رؤساء المبيعات الذين يملكون مراجعات خط المبيعات والتوقعات.
- قادة التسويق الذين يقسمون العملاء ويخططون الحملات من بيانات CRM.
- مديرو تجربة العملاء الذين يشرفون على رحلات الخدمة ومعالجة الشكاوى.
- المديرون التجاريون الذين يراعون الاستثمار في CRM ويضعون قواعد البيانات.
- مديرون كبار يوجهون فرق التحليلات والتقنية إلى الاحتياجات التجارية.

يأتي المشاركون عادة من قطاعات المصارف والتجزئة والاتصالات وخدمات الرعاية الصحية.

مخرجات التعلم

1. سيكون المشاركون قادرين على تشخيص الفجوات في بيانات CRM التي تحد من التنبؤ.
2. سيكون المشاركون قادرين على ترتيب حالات استخدام الذكاء الاصطناعي بحسب القيمة التجارية وجدوى التنفيذ.
3. سيكون المشاركون قادرين على تقييم نموذج لتقييم العملاء المحتملين أو التسرب مقابل النتائج المرصودة.
4. سيكون المشاركون قادرين على تصميم خطوة مراجعة بشرية للذكاء التوليدي المستخدم في الخدمة والمبيعات.
5. سيكون المشاركون قادرين على بناء مراجعة للحوكمة والمخاطر لحالة استخدام في CRM.
6. سيكون المشاركون قادرين على تبرير خطة لتتبع القيمة أمام راعي المجلس.

هيكل البرنامج

اليوم 1: الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء وتدقيق بيانات العملاء

أي بيانات العملاء تدعم التنبؤ، وأيها لا تدعمه؟

- حصر بيانات العملاء
- تقييم اكتمال السجلات
- مراجعة التكرار والملكية
- بطاقة جاهزية البيانات
- رسم خريطة مصادر الإشارات

اليوم 2: حالات التنبؤ وترتيب الأولويات

أي حالات استخدام الذكاء الاصطناعي تستحق الاستثمار أولاً؟



- القائمة الطويلة لحالات الاستخدام
- مصفوفة القيمة والجدوى
- تصميم الإجراء التالي الأنسب
- منطق تقييم العملاء المحتملين
- تعريف إشارات التسرب

اليوم 3: النماذج وقيمة العميل والأدلة

كيف يختبر نموذج التنبؤ قبل أن يوجه القرارات؟

- نموذج القيمة الدائمة للعميل
- اختبار الدرجات على عينة محجوزة
- فحوص التحيز والانحراف
- قواعد العتبات والإجراءات
- حزمة أدلة النموذج

اليوم 4: المساعدة التوليدية والحوكمة والإشراف

كيف تبقى مساعدات الذكاء الاصطناعي في الخدمة والمبيعات آمنة وخاضعة للمساءلة؟

- حالات استخدام المساعد التوليدي
- تصميم خطوة المراجعة البشرية
- مواعمة الضوابط مع ISO/IEC 42001
- مراجعة وفق NIST AI Risk Management Framework
- قواعد موافقة العميل والخصوصية

اليوم 5: تتبع القيمة وخطة الذكاء الاصطناعي في CRM

هل تتكامل البيانات والحالات والنماذج والضوابط في وظيفة واحدة؟

- تطبيق بطاقة جاهزية البيانات من الجلسة 1
- اختبار مصفوفة القيمة والجدوى من الجلسة 2
- فحص حزمة أدلة النموذج من الجلسة 3
- مراجعة خطوة المراجعة البشرية من الجلسة 4
- إنجاز خطة الذكاء الاصطناعي في CRM



المنهجية

يقوم البرنامج على ورش بيانات تعتمد حالة مشتركة لمنظمة تجارية متوسطة الحجم، فيها سجلات عملاء متفاوتة وتسرب متزايد وضغط لاعتماد مساعدات الذكاء الاصطناعي. يطبق المشاركون كل أداة على الحالة ثم على وظيفتهم.

- نشاط مقترح: تقييم عينة من ملف العملاء بحثًا عن فجوات الاكتمال والملكية.
- نشاط مقترح: ترتيب ست حالات استخدام على مصفوفة القيمة والجدوى.
- نشاط مقترح: صياغة خطوة المراجعة البشرية لرد على عميل كتبه الذكاء الاصطناعي.

المخرج الختامي

يعد كل مشارك خطة للذكاء الاصطناعي في CRM لوظيفة تجارية واحدة. وتضم الخطة بطاقة جاهزية للبيانات وقائمة مرتبة لحالات الاستخدام وحزمة أدلة للنموذج وخطة مراجعة بشرية ومراجعة للحوكمة والمخاطر وخطة لتتبع القيمة. وتستخدم الخطة في العمل لإحاطة الرعاية وتوجيه فرق التحليلات وقيادة التجربة الأولى.

الأسئلة الشائعة

هل يناسب تدريب الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء القادة الذين لا يملكون خلفية في علم البيانات؟

نعم، فالذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء يدرس بالحالات والنماذج الجاهزة، ويفترض البرنامج خبرة في إدارة وظيفة مبيعات أو تسويق أو خدمة دون حاجة إلى مهارات برمجة أو إحصاء.

على أي معايير يقوم تدريب الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء؟

يقوم تدريب الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء على ISO/IEC 42001 لإدارة الذكاء الاصطناعي و Framework NIST AI Risk Management لمراجعة المخاطر، إضافة إلى نموذج القيمة الدائمة للعميل.

كيف تستخدم الخطة الناتجة عن تدريب الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء في العمل؟

تستخدم خطة الذكاء الاصطناعي في CRM لإحاطة الرعاية وتوجيه فرق التحليلات والتقنية وقيادة التجربة الأولى لوظيفة تجارية واحدة.



بماذا يختلف الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء عن تدريب تحليلات العملاء؟

يعنى الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء بالتنبؤ والمساعدات والحوكمة داخل أنظمة علاقات العملاء، بينما يعنى تدريب تحليلات العملاء بإعداد التقارير والتحليل العام للبيانات.