CONCEPT

أدوات الذكاء الاصطناعي لرفع إنتاجية فرق التسويق والمبيعات

22 – 26 مارس 2027

لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن



أدوات الذكاء الاصطناعي لرفع إنتاجية فرق التسويق والمبيعات

المرجع: 1226_7097 **التاريخ:** 22 – 26 مارس 2027 **المكان:** لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن **الرسوم:** SAR 23000

العمق التقني: ممارس · **أسلوب التطبيق:** مختبر تطبيقي

مقدمة

أصبحت أدوات الذكاء الاصطناعي متاحة لفرق التسويق والمبيعات داخل الأنظمة التي تستخدمها يوميا، لكن معظم الموظفين يستخدمونها على نحو متقطع وغير منتظم، مع إرشادات محدودة حول الجودة والسرية والإفصاح. والنتيجة وفر ضئيل في الوقت ومخاطر جديدة. تمنح هذه الدورة من كور كونسبت موظفي التسويق والمبيعات كفاءة عملية في استخدام المساعدات الذكية العامة وأدوات التصميم والذكاء الاصطناعي المدمج في أنظمة إدارة علاقات العملاء، وتطبيقها على المهام اليومية من كتابة نصوص الحملات إلى البحث عن العملاء المحتملين. ويعمل المشاركون على الأدوات مباشرة طوال الدورة، ويخرجون بدليل إنتاجية الذكاء الاصطناعي لأدوارهم.

أهداف الدورة

- تحديد مهام التسويق والمبيعات التي توفر فيها المساعدات الذكية الوقت، وترتيبها حسب القيمة والجهد والمخاطر
- كتابة أوامر منظمة وتعليمات قابلة لإعادة الاستخدام تبقي المخرجات متقيدة بالموجز وبهوية العلامة
- إنتاج نصوص الحملات والتصاميم وأبحاث العملاء المحتملين ورسائل المبيعات باستخدام ChatGPT Geminig Copilotg Canvag والذكاء الاصطناعي المدمج في أنظمة إدارة علاقات العملاء
- فحص مخرجات الذكاء الاصطناعي بحثا عن الأخطاء المعلوماتية والتحيز وانتهاكات السرية ومتطلبات الإفصاح قبل استخدامها
- ربط خطوات الذكاء الاصطناعي في مسارات عمل قابلة للتكرار، وقياس ما تحققه من وفر في الوقت وتحسن في الجودة
- إعداد دليل إنتاجية الذكاء الاصطناعي بمكتبة أوامر وضوابط استخدام لدور المشارك

الفئة المستهدفة

- موظفو التسويق الذين ينتجون الحملات والمحتوى وتقارير الأداء
- مندوبو المبيعات وموظفو المبيعات الداخلية الذين يبحثون عن العملاء المحتملين ويديرون التواصل معهم
- منسقو المبيعات والتسويق الداعمون لإدارة الحملات ومسار الفرص البيعية
- موظفو إدارة علاقات العملاء واتصالات العملاء المسؤولون عن بيانات العملاء ورسائلهم
- الموظفون في المنشآت الصغيرة والشركات الناشئة الذين يديرون التسويق والمبيعات بموارد محدودة

محاور الدورة

اليوم الأول: الذكاء الاصطناعي في التسويق والمبيعات: الأسس وحصر حالات الاستخدام

- قدرات الذكاء الاصطناعي التوليدي وحدوده: النماذج اللغوية الكبيرة والهلوسة ونافذة السياق
- خريطة المساعدات الذكية: ChatGPT Copilotg Microsoft 365 Geminig Claudeg
- مقارنة الذكاء الاصطناعي المدمج في أنظمة إدارة علاقات العملاء: Salesforce Einsteing HubSpot Breeze
- تدقيق مهام التسويق والمبيعات لتحديد قابليتها للأتمتة
- مصفوفة ترتيب أولويات حالات الاستخدام: القيمة والجهد والمخاطر

اليوم الثاني: أساليب كتابة الأوامر ومعايير الاستخدام المسؤول

- الأوامر المنظمة: الدور والسياق والمهمة والصيغة والقيود
- إعدادات المساعدات القابلة لإعادة الاستخدام: Custom GPTs ووكلاء Copilot
- إطار NIST AI RMF وملف الذكاء الاصطناعي التوليدي NIST AI 600-1 في العمل اليومي
- الإفصاح والمساءلة عن استخدام الذكاء الاصطناعي وفق مدونة ICC للإعلان والاتصالات التسويقية
- قواعد التعامل مع البيانات السرية والشخصية وبيانات العملاء في أدوات الذكاء الاصطناعي

اليوم الثالث: الذكاء الاصطناعي في محتوى التسويق ومسارات عمل المبيعات

- توليد نصوص الحملات وبدائلها لاختبارات A/B
- إنتاج الأصول البصرية باستخدام Adobe Fireflyg Canva Magic Studio
- البحث عن العملاء المحتملين وإعداد ملخصات الحسابات بالمساعدات الذكية
- سلاسل رسائل المبيعات المخصصة داخل نظام إدارة علاقات العملاء
- ملخصات الاجتماعات وإجراءات المتابعة باستخدام Copilot في Teams

اليوم الرابع: جودة المخرجات والمخاطر وتحسين مسارات العمل

- قائمة التحقق من المخرجات: الحقائق والادعاءات والأرقام والمصادر
- مراجعة المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي من حيث التحيز والحساسية الثقافية
- إثبات مصدر المحتوى ووسمه باستخدام بيانات الاعتماد C2PA Content Credentials
- أتمتة مسارات العمل باستخدام Power Automateg Zapier
- قياس خط الأساس للوفر في الوقت والجودة في حالات استخدام الذكاء الاصطناعي

اليوم الخامس: التطبيق العملي ودليل إنتاجية الذكاء الاصطناعي

- مختبر حملة لعلامة استهلاكية: من الموجز إلى أصول متعددة القنوات
- مختبر مبيعات بين الشركات: من قائمة الحسابات المستهدفة إلى سلسلة التواصل
- بناء مكتبة أوامر للفريق في مساحة عمل مشتركة
- إعداد مسودة دليل إنتاجية الذكاء الاصطناعي
- عرض عملي أمام الزملاء ومراجعة الدليل

المهارات المكتسبة

- كتابة الأوامر المنظمة
- الكتابة الإعلانية بمساعدة الذكاء الاصطناعي
- توليد الصور بالذكاء الاصطناعي
- البحث عن العملاء المحتملين بالذكاء الاصطناعي
- التحقق من مخرجات الذكاء الاصطناعي
- أتمتة مسارات العمل
- الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي
- قياس الإنتاجية

لماذا تحضر هذه الدورة

- تعود بدليل إنتاجية الذكاء الاصطناعي ومكتبة أوامر مجربة للمهام التي تؤديها كل أسبوع
- تنجز حملة فعلية وسلسلة تواصل فعلية بأدوات الذكاء الاصطناعي خلال الدورة بنفسك
- تعرف البيانات التي لا يجوز إدخالها في أي أداة ذكاء اصطناعي، وكيف تفحص المخرجات قبل وصولها إلى العميل
- تطلع على كيفية استخدام موظفي التسويق والمبيعات في قطاعات ودول أخرى للأدوات نفسها

الخاتمة

لا ترفع أدوات الذكاء الاصطناعي الإنتاجية إلا حين تطبق على المهام المناسبة، وتوجه بتعليمات واضحة، وتفحص مخرجاتها قبل أن تصل إلى العميل. تنتقل هذه الدورة من تحديد حالات الاستخدام ذات القيمة العالية، مرورا بأساليب كتابة الأوامر ومعايير الاستخدام المسؤول، وصولا إلى التطبيق العملي في المحتوى والبحث ومسارات المبيعات، ثم التحقق والأتمتة التي تجعلها موثوقة. ويحول اليوم الأخير هذه الممارسة إلى دليل إنتاجية الذكاء الاصطناعي يعود به المشاركون إلى فرقهم ويطبقونه من الأسبوع الأول.