

منصات رقمية تقيس توجهات المستهلكين بالذكاء الاصطناعي



«دبي:» الخليج

بدأت منصات رقمية، تعتمد على الذكاء الاصطناعي في رصد وتحليل توجهات المستهلكين عبر المحتوى المنشور على الإنترنت وعلى حسابات التواصل الاجتماعي الخاصة بالأفراد وتقديم هذه التحليلات في صورة أرقام وإحصاءات للمؤسسات الحكومية والشركات والعلامات التجارية بهدف تصميم وتحسين جودة الخدمات أو المنتجات

وتقوم هذه المنصات وحسب طلب المؤسسات والشركات والعلامات التجارية بتجميع المحتوى عبر الإنترنت وردود أفعال أصحاب مواقع التواصل الاجتماعي المكتوبة أو المرئية والمسموعة وتحليلها وتحويلها إلى إحصاءات بهدف بناء استراتيجيات أو لرفع المبيعات أو تعديل المنتجات

وتوظف هذه المنصات تقنيات الذكاء الاصطناعي لفهم رغبات المستهلكين والتدقيق على ملاحظاتهم

ل «ذكاء المستهلك»: باتت حسابات «Talkwalker» وقال رضا بيبرس، المدير الإقليمي للمبيعات في شركة

التواصل الاجتماعي الخاصة بالأفراد والمؤسسات والشركات، مصدرًا لاستقاء المعلومات والتوجهات، على غرار حسابات المؤسسات والشركات كمصدر رسمي للحصول على المعلومات ومعرفة الأخبار وقت حدوثها، لذا بدأ قطاع جديد في الظهور وهو منصات رقمية لرصد توجهات وآراء أصحاب هذه الحسابات

وأضاف بيبرس: نقوم برصد وتجميع وتحليل آراء أصحاب حسابات التواصل الاجتماعي وأبرزها: «فيسبوك وتويتر وإنستجرام وغيرها» وتحليل هذه البيانات وتقديمها في صورة تقارير ودراسات لبناء خطط قصيرة وبعيدة المدى للمؤسسات والشركات لتطوير أعمالها أو تطوير أو بناء علامات تجارية جديدة تستطيع المنافسة في السوق

تقوم بوضع خطط لرصد آراء وتوجهات أصحاب حسابات التواصل الاجتماعي أو «Talkwalker» وأوضح أن منصة يعمل استبيانات لاستطلاع الآراء عبر هذه الحسابات باستخدام التقنيات الحديثة ومن ثم تقديم النتائج النهائية في صورة مريئات وخطوط عريضة يتم تصميم الخدمات أو المنتجات بناء عليها لتلبي توجهات المستهلك أو المستخدم النهائي إلى حد كبير

وتابع بيبرس: تستخدم المنصة تقنية مدعومة بالذكاء الاصطناعي لمراقبة وتحليل المحادثات عبر الإنترنت وقت حدوثها عبر الشبكات الاجتماعية ومواقع الأخبار والمدونات والمنتديات بنحو 187 لغة

وقال إن المنصة لديها علاقات مع العديد من المؤسسات والشركات في المنطقة والعالم وقد قامت بالعديد من الأبحاث والاستطلاعات لرصد الولاء للمؤسسات والشركات والعلامات التجارية، مشيراً إلى أن الجيل الجديد من أصحاب حسابات التواصل الاجتماعي لديهم تطلعات مختلفة، بل ومتجددة يصعب كثيراً فهمها، الأمر الذي يفتح المجال أمام منصات جديدة لرصد وتحليل توجهاتهم الحالية والمستقبلية ومحاولة تليبيتها

ويوفر محتوى الأشخاص المنشور فرصة للتعرف على ردود أفعالهم، فيما تتمكن التقنيات والخوارزميات الحديثة من استخلاص الرؤى والانطباعات العامة لهم من خلال تجميع ومعالجة البيانات

ووفقاً لـ «إيه آي تي نيوز» يتيح تحليل البيانات في وسائل التواصل للمؤسسات اتخاذ قرارات قائمة على تلك البيانات وتنفيذ الاستراتيجيات بفاعلية، حيث يؤدي هذا إلى زيادة مستوى الرؤية مع المحتوى الآلي في الوقت الفعلي الذي يساعد العلامات التجارية في كسب جمهورها المستهدف بعدة طرق

وبحسب «الموسوعة التقنية»، تسمح التحليلات التي تمتاز بالذكاء الاصطناعي بتقنيات الاستماع الاجتماعي، وذلك بهدف تحليل المشاعر وتحديد شعور العملاء تجاه الخدمات أو العلامات التجارية كما يتيح تحليل البيانات في وسائل التواصل للمؤسسات اتخاذ قرارات قائمة على البيانات وتنفيذ الاستراتيجيات بفاعلية