JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي

التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي دورة تدريبية مدتها أسبوع لمديري مراكز الاتصال وقادة تجربة العملاء، يبني فيها المشاركون خارطة طريق جودة الخدمة بالذكاء الاصطناعي التي تغطي المساعدات الحوارية وتوجيه الطلبات وإشارات المشاعر ومساعدة الموظف. يتوقع العملاء اليوم ردودا سريعة ودقيقة عبر كل قناة، والذكاء الاصطناعي يغير طريقة تلبية هذا التوقع دون فقدان اللمسة الإنسانية. تقدم جوبيتر برايم للتدريب التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي للقادة المسؤولين عن نتائج الخدمة.

لماذا يهم التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي الآن

تشكل ثلاث قوى خدمة العملاء اليوم: الذكاء الاصطناعي الحواري الذي يحل الاستفسارات المتكررة، وعملاء ينتقلون بين الرسائل والمكالمات والخدمة الذاتية خلال رحلة واحدة، وموظفو الصفوف الأمامية الذين يتحول دورهم نحو الحالات المعقدة والحساسة. مركز الاتصال الذي يطلق روبوتات المحادثة دون تصميم دقيق للتحويل يزعج العملاء ويضاعف الاتصالات المتكررة، أما الذي يمزج الأتمتة بالحكم البشري فيرفع نسب الحل والولاء. تستند الدورة إلى معيار نظام إدارة الذكاء الاصطناعي ISO/IEC 42001 وإطار إدارة مخاطر الذكاء الاصطناعي NIST AI RMF AI Risk Management Framework NIST لإبقاء الذكاء الاصطناعي الموجه للعملاء خاضعا للمساءلة والشفافية والعدالة.

المستفيدون من التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي

- القادة المسؤولون عن أداء مراكز الاتصال ومستويات الخدمة وتوزيع الموظفين
- مالكو تجربة العملاء الذين يرسمون الرحلات عبر الرسائل والمكالمات والخدمة الذاتية
- رؤساء ضبط الجودة الذين يقيمون المحادثات ويوجهون الموظفين
- مديرو عمليات الخدمة الذين يختارون منصات المحادثة والتوجيه ويهيئونها
- مخططو القوى العاملة الذين يتنبؤون بأحجام الاتصالات ومهارات الموظفين

تستفيد فرق الخدمة أكثر حين يحضر قائد مركز الاتصال ورئيس الجودة ومالك تجربة العملاء معا ويتفقون على خارطة واحدة.

قدرات التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي

يغادر المشاركون قادرين على الحكم متى تخدم الأتمتة الحوارية العميل ومتى يجب أن يتدخل موظف، وعلى قياس الفرق بينهما.

- تقييم أسباب الاتصال الملائمة لاحتواء روبوت المحادثة — مالكو استراتيجية القنوات
- تصميم تحويل من الروبوت إلى الموظف يحمل سياق المحادثة كاملا — مشرفو الصفوف الأمامية
- تطبيق إشارات المشاعر والنية لترتيب أولويات الطوابير — قرارات التوجيه
- تحديد مقترحات مساعدة الموظف وتوصيات المعرفة — رؤساء ضبط الجودة
- حساب مقاييس خدمة تجمع الاتصالات الآلية والبشرية — مديرو مراكز الاتصال
- إيصال تغييرات الخدمة المدعومة بالذكاء الاصطناعي للموظفين والعملاء — رعاة التغيير

مصطلحات التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي الأساسية

- معدل الاحتواء — نسبة الاتصالات التي يحلها المساعد الافتراضي كليا دون تحويل إلى موظف.
- توجيه النية — إرسال كل اتصال إلى مسار روبوت أو طابور موظفين بحسب الغرض المتوقع للعميل.
- تحليل المشاعر — تقييم آلي للعاطفة في النص أو الصوت لرصد الإحباط أو الاستعجال أو الرضا.
- مساعدة الموظف — اقتراحات فورية من الذكاء الاصطناعي بالإجابات ومقالات المعرفة والخطوات التالية تظهر للموظف أثناء الاتصال.
- التحويل الدافئ — نقل من الروبوت إلى الموظف يمرر سجل المحادثة فلا يكرر العميل بياناته.
- التقييم الآلي للجودة — تقييم الذكاء الاصطناعي لكل تفاعل وفق نموذج الجودة بدلا من العينات اليدوية الصغيرة.

التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي يوما بيوم

اليوم 1: مشهد الخدمة المدعومة بالذكاء الاصطناعي

- تحليل أسباب الاتصال — أي الاستفسارات تلائم الأتمتة أولا
- مؤشر جهد العميل — مواضع الاحتكاك في الرحلات الحالية
- رسم مزيج القنوات — التوازن بين الرسائل والمكالمات والخدمة الذاتية
- وظائف NIST AI RMF — المساءلة عن الذكاء الاصطناعي الموجه للعملاء
- إعادة تصميم دور الموظف — توجيه البشر نحو الحالات المعقدة

اليوم 2: المساعدات الحوارية وتوجيه النية

- تصميم تصنيف النوايا — تغطية طلبات العملاء الشائعة
- مسارات محادثة الروبوت — الاختيار بين الاحتواء والتصعيد
- إجابات النماذج اللغوية الكبيرة — ربط الردود بالمعرفة المعتمدة
- قواعد التوجيه حسب المهارة — مطابقة الاتصالات مع خبرة الموظفين
- بروتوكولات التحويل الدافئ — نقل السياق من الروبوت إلى الموظف

اليوم 3: إشارات المشاعر ومساعدة الموظف

- تقييم المشاعر في الصوت والنص — أولوية الطابور للعملاء المنزعجين
- مساعدة الموظف الفورية — إجابات مقترحة أثناء الاتصال المباشر
- تنقيح قاعدة المعرفة — دقة المقالات التي يسترجعها الذكاء الاصطناعي
- مقترحات الإجراء التالي — حكم الاحتفاظ بالعميل والبيع الإضافي
- فحوص الهلوسة والتحيز — معاملة عادلة لفئات العملاء المختلفة

اليوم 4: رصد الجودة ومقاييس الخدمة

- التقييم الآلي للجودة — تغطية كاملة بدلا من العينات اليدوية
- لوحات الخدمة المدمجة — الحل من أول اتصال عبر الروبوتات والموظفين
- تحليل الاتصالات المتكررة — الإخفاق الخفي للرحلات الآلية
- ضوابط ISO/IEC 42001 — سجلات الرصد والحوادث للذكاء الاصطناعي
- حلقات توجيه الموظفين — تغذية راجعة من المحادثات المقيمة

اليوم 5: ممارسة خارطة طريق جودة الخدمة بالذكاء الاصطناعي

- حالة مكتب مساعدة بنكي — تطبيق توجيه النية وتصميم التحويل
- حالة حجوزات الضيافة — تطبيق ترتيب الأولويات بحسب المشاعر
- تحديد مستهدفات المقاييس — تطبيق مقاييس اللوحات المدمجة
- خطة التواصل مع الموظفين والعملاء — تسلسل الإطلاق
- خارطة طريق جودة الخدمة بالذكاء الاصطناعي — الأولويات والمالكون ونقاط المراجعة

تطبيق التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي بعد الدورة

- إجراء تحليل لأسباب الاتصال على تفاعلات شهر واحد وتحديد ثلاث نوايا تلائم احتواء روبوت المحادثة.
- تدقيق عشرين تحويلا من الروبوت إلى الموظف وفق بروتوكول التحويل الدافئ ومعالجة أكثر فجوات السياق تكرارا.

أسئلة حول التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي

ما التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي ولماذا يهم الآن؟

هو الاستخدام المنضبط لروبوتات المحادثة وتوجيه النية وتحليل المشاعر ومساعدة الموظف لرفع جودة الخدمة. ويهم الآن لأن العملاء يتوقعون ردودا فورية، والأتمتة سيئة التصميم تزيد الاتصالات المتكررة والشكاوى بسرعة.

من يستفيد أكثر من التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي؟

يستفيد مديرو مراكز الاتصال ومالكو تجربة العملاء ورؤساء الجودة أكثر من غيرهم، فهم من يقرر أي الاتصالات تؤتمت وكيف يتم التحويل وكيف تقاس الجودة عبر الروبوتات والموظفين.

كيف يختلف التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي عن دورة عامة في تميز الخدمة؟

يركز على طبقة الذكاء الاصطناعي في الخدمة. الدورة العامة تتناول المعايير واستعادة الخدمة والتوجيه، أما هذه فتتناول تصميم الروبوتات والتوجيه وإشارات المشاعر ومساعدة الموظف والمقاييس المدمجة خلال أسبوع.

ماذا تعود به من دورة التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي؟

تعود بخارطة خدمة لمركز الاتصال لديك، تحدد النوايا التي تؤتمت وكيف يعمل التحويل ومساعدة الموظف والمقاييس التي تتابع ومن يملك كل خطوة.

التميز في خدمة العملاء بالذكاء الاصطناعي: الطريق إلى الأمام

توجه خارطة طريق جودة الخدمة بالذكاء الاصطناعي أولا قرار النوايا التي تنتقل إلى الأتمتة وتلك التي تبقى مع الموظفين. يستخدمها قادة مراكز الاتصال ورؤساء الجودة ومالكو تجربة العملاء لترتيب تغييرات المنصات والتوجيه. بعد الربع الأول تستحق أرقام الاحتواء والاتصالات المتكررة مراجعة مشتركة، لأن معدل الاحتواء المرتفع قد يخفي عملاء تخلوا عن المحاولة.