JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي

17 – 21 يناير 2027

أبوظبي

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي

المرجع: 39300_1040 **التاريخ:** 17 – 21 يناير 2027 **المكان:** أبوظبي **الرسوم:** GBP 6500

العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي دورة تدريبية مدتها أسبوع لقادة الاحتفاظ بالعملاء وإدارة علاقات العملاء وقيمة العميل في البنوك للأفراد وشركات الاتصالات، يبني فيها المشاركون مخطط قرارات عروض الاحتفاظ. فالمشترك وصاحب الحساب ينتقل اليوم إلى مزود آخر ببضع نقرات، ولذلك يحدد العرض المقدم لحظة الخطر بقاء الإيراد أو خسارته. تقدم جوبيتر برايم للتدريب العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي للقادة المسؤولين عن تلك اللحظة.

لماذا يهم العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي الآن

تشكل ثلاث قوى هذا المجال اليوم. فالباقات دون عقود والحسابات عبر التطبيقات تجعل الانتقال سهلا وسريعا، بينما ترتفع تكلفة استقطاب العميل الجديد باستمرار. وتتيح تدفقات الأحداث من الاستخدام والمعاملات للنماذج رصد خطر الانسحاب خلال ساعات. كما يتوقع العملاء والجهات الرقابية أن تكون أهلية العروض قابلة للتفسير وعادلة بين الشرائح. والجهة التي تحسن التعامل مع ذلك تحتفظ بالعلاقات المربحة بتكلفة حوافز أقل، أما غيرها فيمنح خصومات لعملاء كانوا سيبقون أصلا. وتستند الدورة إلى معيار ISO/IEC 42001 لأنظمة إدارة الذكاء الاصطناعي وإطار NIST AI Risk Management Framework لإدارة مخاطر الذكاء الاصطناعي NIST AI RMF.

المستفيدون من العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي

- المسؤولون عن مستهدفات الاحتفاظ بالمشتركين والحسابات ونتائج فرق الإنقاذ
- مالكو محركات القرار في أنظمة علاقات العملاء وكتالوجات العروض عبر القنوات الرقمية والفروع
- قادة تحليلات قيمة العميل الذين يطلبون نماذج الميل ونماذج الأثر الإضافي
- قادة منتجات الباقات والبطاقات وحسابات الادخار الذين يمولون حوافز الاحتفاظ
- قادة مخاطر النماذج والرقابة على الذكاء الاصطناعي الذين يعتمدون التقييمات المستخدمة في معاملة العملاء

يستفيد فريق الاحتفاظ متعدد التخصصات أكثر من غيره حين يحضر قادة التحليلات وعلاقات العملاء والمنتجات فيه معا.

قدرات العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي

ينتقل المشاركون من تقدير من قد يغادر إلى تحديد المعاملة التي تغير تلك النتيجة، إن وجدت، بتكلفة حوافز مقبولة.

- تحديد تعريفات الانسحاب ونوافذ الملاحظة والإشارات المبكرة — لرعاة التحليلات
- الموازنة بين درجات الميل وتقديرات الأثر الإضافي عند استهداف حملات الإنقاذ — لأصحاب ميزانيات الاحتفاظ
- تصميم قواعد المفاضلة بين العروض بحسب الهامش والخطر وملاءمة العميل — لمالكي أنظمة علاقات العملاء
- اختبار أهلية العروض للكشف عن الأثر المتفاوت بين شرائح العملاء — لقادة الرقابة على الذكاء الاصطناعي
- حساب الإيراد المحتفظ به الإضافي باستخدام مجموعات الضبط — للشركاء الماليين
- إيصال حدود النماذج وقواعد إرهاق التواصل — لقادة القنوات والخطوط الأمامية

مصطلحات العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي الأساسية

- العرض الأنسب التالي — المعاملة الواحدة التي يختارها محرك القرار للعميل الآن، مرتبة بحسب القيمة المتوقعة والأهلية وقواعد التواصل.
- درجة خطر الانسحاب — تقدير من النموذج لاحتمال مغادرة المشترك أو صاحب الحساب أو خموله خلال نافذة زمنية محددة.
- نمذجة الأثر الإضافي — منهج يتنبأ بمقدار تغيير العرض لسلوك العميل، فيفصل العملاء القابلين للإقناع عمن يبقون في كل الأحوال.
- القابلون للإقناع — عملاء يرجح بقاؤهم فقط إذا تلقوا معاملة، وهم الشريحة التي تستحق فيها حوافز الاحتفاظ تكلفتها.
- مجموعة الضبط — مجموعة عملاء تحجب عنها المعاملة عشوائيا، وتستخدم لقياس الأثر الإضافي الحقيقي للعروض.
- إرهاق التواصل — تراجع الاستجابة والثقة حين يتلقى العميل عروضا كثيرة عبر القنوات في فترة قصيرة.

العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي يوما بيوم

اليوم 1: اقتصاديات الانسحاب في البنوك والاتصالات

- منحنيات القيمة الدائمة للعميل — أي المشتركين والحسابات يستحق إنفاق الاحتفاظ
- تصنيف الانسحاب الطوعي وغير الطوعي — مواضع فائدة معاملة الذكاء الاصطناعي
- جرد الإشارات المبكرة من الاستخدام والمعاملات — خيارات الإنذار المبكر
- محفزات الانتقال في الأسواق دون عقود — توقيت تدخلات الإنقاذ
- خط أساس تكلفة حوافز الاحتفاظ — سقف ميزانية تخصيص العروض

اليوم 2: تقدير ميل خطر الانسحاب

- تعريف الهدف ونوافذ الملاحظة — تجنب تسرب المعلومات في أهداف الانسحاب
- مصنفات الانسحاب المعززة بالتدرج — الموازنة بين الدقة وقابلية التفسير
- المعايرة ومخططات الرفع — تحديد عتبات الدرجات للتصرف
- إسناد الخصائص بقيم SHAP — شرح دوافع الخطر للقنوات
- مراقبة انحراف الدرجات — توقيت إعادة التدريب بعد تغيير الباقات والمنتجات

اليوم 3: نمذجة الأثر الإضافي وقرار العرض التالي

- طريقتا النموذجين وتحويل الفئة للأثر الإضافي — العثور على العملاء القابلين للإقناع
- منحنيات Qini — مقارنة نماذج الأثر الإضافي قبل التعميم
- تصميم كتالوج العروض للباقات والبطاقات والتعرفات — اختيار المعاملة
- قواعد المفاضلة بحسب الهامش المتوقع والأهلية — ترتيب العروض المتنافسة
- خوارزميات الاستكشاف السياقية للعروض — التعلم مع حماية الإيراد

اليوم 4: العدالة والرقابة والقياس الإضافي

- ضوابط ISO/IEC 42001 لمحركات القرار — المساءلة عن نماذج العروض
- وظيفتا الرسم والقياس في NIST AI RMF — سجل مخاطر المعاملة
- اختبار الأثر المتفاوت في أهلية العروض — الوصول العادل إلى الحوافز
- تصميم مجموعات الضبط العشوائية — إثبات الإيراد المحتفظ به الإضافي
- سياسة التواصل وسقوف التكرار — الحد من الإرهاق عبر القنوات

اليوم 5: تطبيق مخطط قرارات عروض الاحتفاظ

- حالة انسحاب مشتركي الدفع المسبق في الاتصالات — تطبيق الدرجات والأثر الإضافي معا
- حالة خمول الحسابات الجارية في البنوك للأفراد — اختيار المعاملات ضمن حدود الميزانية
- محاكاة المفاضلة عبر القنوات — اختبار قواعد ترتيب العروض تحت الضغط
- تمرين اعتماد الرقابة — الدفاع عن أدلة العدالة ومجموعات الضبط
- مخطط قرارات عروض الاحتفاظ — استكمال الاستهداف والعروض والقياس

تطبيق العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي بعد الدورة

- إجراء مقارنة للأثر الإضافي على حملة إنقاذ قائمة باستخدام مجموعة ضبط عشوائية ومنحنى Qini
- تدقيق قواعد المفاضلة بين العروض في قناة واحدة من حيث عدالة الأهلية وسقوف التكرار

أسئلة حول العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي

ما العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي، ولماذا يهم الآن؟

هو استخدام درجات الانسحاب ونماذج الأثر الإضافي لاختيار المعاملة التي تبقي العميل. ويهم الآن لأن الانتقال أصبح سهلا وسريعا، والخصومات غير الموجهة تهدر ميزانيات الحوافز على عملاء كانوا سيبقون.

من يستفيد أكثر من العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي؟

يستفيد أكثر قادة الاحتفاظ وقرارات علاقات العملاء وتحليلات قيمة العميل. ويستفيد كذلك مالكو المنتجات الممولون للحوافز وقادة الرقابة على الذكاء الاصطناعي.

كيف يختلف العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي عن دورة عامة في الذكاء الاصطناعي لتجربة العملاء؟

يركز على قرار واحد بدلا من الرحلة كلها. فالدورة العامة في تجربة العملاء تتناول روبوتات المحادثة وخرائط الرحلة، بينما تتعمق هذه في الأثر الإضافي والمفاضلة بين العروض ومجموعات الضبط.

ماذا تعود به من العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي؟

تعود بمخطط لقرارات عروض الاحتفاظ، يحدد العملاء المستهدفين والعروض وفحوص العدالة وتصميم مجموعة الضبط.

العرض التالي وتوقع انسحاب العملاء بالذكاء الاصطناعي: الطريق إلى الأمام

يوجه مخطط قرارات عروض الاحتفاظ أولا اختيار حملة الإنقاذ التي تنتقل من الخصومات العامة إلى الاستهداف المبني على الأثر الإضافي. ويستخدمه قادة الاحتفاظ ومالكو أنظمة علاقات العملاء ومراجعو الرقابة للاتفاق على العتبات والعروض ومجموعات الضبط. وبعد دورته الأولى تستحق تعريفات شريحة القابلين للإقناع وسقوف التواصل إعادة النظر.