Google

فائدة الذكاء الاصطناعي للفريق التسويقي

دليل تقديم العروض التوضيحية

يقدّم هذا الدليل حالات استخدام رئيسية للذكاء الاصطناعي من الدورة التدريبية، مع أمثلة عملية وطلبات منظمة ونصائح لتحسين نتائج الذكاء الاصطناعي. استخدِم هذه الأداة لاستكشاف الذكاء الاصطناعي وتجربته وتطبيقه على جهودك التسويقية.*

المحتويات

1 كيفية كتابة طلبات فعّالة (إطار TCREI) الصفحة 2

2 إجراء أبحاث عن إحصاءات الجمهور الصفحة 3

3 إنشاء المحتوى التسويقي الصفحة 4

4 إدارة أداء الحملة الصفحة 5

5 مراجع مفيدة الصفحة 6

* يُرجى التأكّد من دقة الردود. هذه الميزة متاحة في بلدان محدّدة وبلغات معيّنة.

كيفية كتابة طلبات فعّالة

امسح الرمز

تساعد أُطر توجيه الطلبات في جعل ردود الذكاء الاصطناعي أكثر وضوحًا وملاءمةً وتخصيصًا لاحتياجاتك.
يتبع الطلب الجيد إطار عمل بسيطًا:

إنشاء الطلب

المهمة

اشرح المهمة بوضوح، مع تحديد **شخصية** الذكاء الاصطناعي والتنسيق المفضَّل استخدامه.

بصفتك **مديرًا إبداعيًا لوسائل التواصل الاجتماعي**، اكتب ثلاثة تعليقات نصية على Instagram لإطلاق حذاء رياضي مستدام. استخدِم أسلوبًا مرحًا ومُلهمًا يناسب الجيل "زد".

السياق

أضِف التفاصيل اللازمة لمساعدة الذكاء الاصطناعي في فهم ما تبحث عنه.

يجب أن تكون كل التعليقات موجزة وجذابة وأن تنتهي بدعوة تشجع المتابعين على استكشاف المجموعة.

المراجع

أضِف المراجع أو الأمثلة للحصول على ردود أكثر تخصيصًا ووصلةً بالموضوع.

ركّز على المواد الصديقة للبيئة والتصميم الأنيق.

مراجعة الردّ

التقييم

قيِّم ما إذا كانت الإجابة صحيحة وتلبّي احتياجاتك.

هل التعليقات موجزة وجذابة؟

هل الأسلوب مناسب للجمهور؟

التكرار

إذا كان الردّ بحاجة إلى تعديل، يمكنك تحسين طلبك أو تقديم المزيد من التفاصيل.

اجعل التعليقات أكثر إيجازًا ووضوحًا.

Google

إجراء أبحاث عن إحصاءات الجمهور

قد يستغرق إجراء الأبحاث حول جمهورك وقتًا طويلاً.

استفِد من **NotebookLM**، مساعدك في البحث بالاستناد إلى الذكاء الاصطناعي، لتحليل بيانات السوق وتحديد الإحصاءات الرئيسية بشكل أسرع*

تحليل التقارير باستخدام NotebookLM

01 انتقِل إلى notebooklm.google.com وسجِّل الدخول.

02 اختَر **تحميل مصدر** > **الموقع الإلكتروني**.
لإضافة المصادر، انسخ رابطًا والصقه ثم انقر على **إدراج**. إليك بعض الأمثلة التي يمكنك استخدامها:

التقرير 3 | التقرير 2 | التقرير 1

03 اكتب طلبًا مُنظَّمًا بشكل جيد باستخدام **إطار عمل TCREI** (راجع الصفحة 2)، بما في ذلك **المهمة والسياق والمراجع**.
وفي ما يلي مثال على ذلك:

> بصفتك محلل تسويق، لخِّص أهم إحصاءات الجمهور من التقارير التي تم تحميلها. نحن بصدد إطلاق حذاء رياضي مستدام مخصّص للجيل "زد" ونحتاج إلى إحصاءات حول أولوياتهم في التسوّق ومواقفهم بشأن الاستدامة وسلوكياتهم الشرائية. قدِّم ثلاث نقاط رئيسية، تشتمل كلّ منها على اقتراحات بشأن مواءمة رسائل العلامة التجارية مع قيم الجمهور. استخدِم عناوين واضحة ولا تتخطَّ حدود الـ 200 حرف في كل نقطة."

04 اختَر ▷ لتنفيذ الطلب. صحيح أنّ الذكاء الاصطناعي لا يغنيك عن قراءة المستندات بالكامل، ولكنه قد يساعدك في الاطلاع على أهم الاحصاءات بشكل أسرع.

05 **قيِّم** ما إذا كان الردّ يلبّي احتياجاتك. اطرح أسئلة مثل:

- هل النقاط الثلاث الرئيسية واضحة ويمكن البناء عليها لاتّخاذ إجراء؟
- هل الملخّص موجز وضمن الحدّ المسموح به (أي 200 كلمة)؟

06 حان الآن وقت **التكرار**. اكتب التعديلات في طلب جديد ونفِّذه.

07 اختَر **إنشاء** في قسم **الملخّص الصوتي** على اليسار لإنشاء مناقشة صوتية شيّقة حول مصادرك. قد تستغرق هذه العملية بضع دقائق.*

* يجب توفُّر اتصال بالإنترنت. تحقَّق من دقة الإجابات. هذه الميزة متاحة في بلدان ولغات محدّدة. متوفرة للمستخدمين من 18 سنة وما فوق.

Google

إنشاء المحتوى التسويقي

ليس من السهل إنشاء محتوى يحاكي اهتمامات الجمهور.

لاحظ كيف يمكنك استخدام **Gemini**، المساعد المستند إلى الذكاء الاصطناعي من Google، في إنشاء نصوص ومرئيات جذابة تتوافق تمامًا مع اهتمامات جمهورك.*

إنشاء محتوى على وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام Gemini

01 انتقِل إلى gemini.google.com وسجِّل الدخول.

02 اكتب طلبًا مُنظَّمًا بشكل جيد باستخدام **إطار عمل TCREI** (راجع الصفحة 2)، بما في ذلك **المهمة والسياق** و**المراجع**. وفي ما يلي مثال على ذلك:

> بصفتك مديرًا إبداعيًا لوسائل التواصل الاجتماعي في علامة للأحذية الرياضية الأنيقة و المراعية للبيئة، اكتب ثلاثة تعليقات نصية على Instagram لحملة إطلاق حذاء رياضي مستدام. يجب أن تُسلِّط التعليقات الضوء على المواد الصديقة للبيئة والتصميم الأنيق، مع استخدام أسلوب مرح وملهم يناسب الجيل "زد". يجب أن يكون كل تعليق موجزًا وجذابًا وينتهي
> بدعوة تشجع المتابعين على استكشاف المجموعة.

03 اختَر ▷ لتنفيذ الطلب.

04 **قيِّم** ما إذا كان الردّ يلبّي احتياجاتك. اطرح أسئلة مثل:

- هل التعليقات موجزة وجذابة؟
- هل يبدو الأسلوب مناسبًا للجمهور؟

05 حان وقت **التكرار**. اكتب التعديلات في طلب جديد ونفِّذه.

06 لإنشاء صورة مرجعية يستند إليها مصمّم الجرافيك، يمكنك إرسال طلب مفصّل يعكس أسلوب العلامة التجارية. على سبيل المثال:

> أنشِئ صورة تبدو واقعية لحذاء رياضي مصنوع بطريقة مستدامة باللون الأزرق المائل إلى الخضرة. يجب أن تكون الزاوية منخفضة على الأرض مع وضع الحذاء الرياضي بالقرب من الكاميرا. أضِف عناصر بسيطة من الطبيعة في الخلفية، ونظِّم تنسيق الصورة لنشرها على Instagram.

07 واصل **التقييم** و**التكرار** لتوجيه Gemini نحو النتائج التي تريدها. راجع المخرجات وحسِّنها لضمان توافقها مع متطلباتك.

* يُرجى التأكد من دقة الردود. يجب توفر اتصال بالإنترنت، وتتطلّب بعض الميزات اشتراكًا. يختلف توفر الميزات حسب البلد واللغة. تتوفر هذه الميزة للمستخدمين بعمر 18 عامًا وما فوق.
ندعوك إلى التحلي بالمسؤولية عند ابتكار المحتوى.

إدارة أداء الحملة

قد يكون تتبُّع بيانات الحملات أمرًا مرهقًا بدون الأدوات المناسبة.

لاحِظ كيف تساعدك **"إحصاءات Google 4" (GA4)**، الأداة المتقدمة لتحليل بيانات التطبيقات والمواقع الإلكترونية من Google، في العثور على إجابات وإبراز الإحصاءات وتوقع التوجّهات.*

البحث عن إجابات فورية باستخدام "Google Analytics 4"

01 انتقِل إلى الحساب التجريبي وسجِّل الدخول.

02 في مربّع البحث في أعلى الصفحة، يمكنك طرح أسئلة على "مراقبة Analytics" بلغة عادية والحصول على إجابات سريعة. جرّب طرح سؤال:

المستخدمون النشطون حسب الجهاز في أوروبا خلال الأسبوع الماضي

03 اختَر النتيجة الأعلى لعرض النتائج في علامة التبويب "إحصاءات" على اليسار.

04 اختَر **أسئلة مقترَحة** للحصول على طلبات مفيدة مُرتَّبة حسب الفئة.

05 اختَر فئة، ثم اطرح سؤالاً للحصول على إجابات فورية.

ما هي الميزات الأخرى المستندة إلى الذكاء الاصطناعي التي يمكنني استخدامها في "Google Analytics 4"؟

الإحصاءات المبرمَجة

تعرض تلقائيًا إحصاءات حول التغييرات المهمة في البيانات.

الإحصاءات المخصّصة

يمكنك ضبط قواعدك الخاصة لإنشاء الإحصاءات مع تنبيهات اختيارية عبر البريد الإلكتروني.

المقاييس القائمة على التوقعات

تتوقع الإجراءات المستقبلية التي قد يتّخذها المستخدمون النهائيون.

شرائح الجمهور القائمة على التوقعات

تقترح عليك المستخدمين الذين يمكنك الوصول إليهم من خلال "إعلانات Google".

* يُرجى التأكد من دقة الردود. هذه الميزة متاحة في بلدان محدّدة وبلغات معيّنة.

Google

مراجع مفيدة

عزّز مهاراتك في مجال الذكاء الاصطناعي وطبّقها على أرض الواقع. تقدّم لك هذه التطبيقات والدورات التدريبية والأدلة التوجيهية كل ما يلزمك لدخول عالم الذكاء الاصطناعي، سواء كنت مبتدئًا في المجال أو تريد استخدامه في عملك.

تطبيق Gemini

يمكنك الدردشة مع Gemini على أجهزة Android وiOS لتوسيع آفاق مخيلتك، والكتابة، والتعلُّم، والتخطيط، وغير ذلك.*

امسح الرمز

أساسيات الذكاء الاصطناعي من Google

انطلق بقوة في عالم الذكاء الاصطناعي مع هذه الدورة التدريبية من إعداد خبراء الذكاء الاصطناعي في Google***

امسح الرمز

NotebookLM

مساعدك في البحث بالاستناد إلى الذكاء الاصطناعي وإلى المصادر التي تزوّده بها*

امسح الرمز

أساسيات توجيه الطلبات من Google

تعلَّم كيفية إنشاء طلبات فعالة للذكاء الاصطناعي وتحسين ردوده.***

امسح الرمز

أدوات الذكاء الاصطناعي للمؤسسات

تعرَّف على مزايا "Gemini في Google Workspace".**

امسح الرمز

فن كتابة الطلبات

دليل كتابة الطلبات للخبراء الاستراتيجيين وصنّاع المحتوى

امسح الرمز

رحلة خبير التسويق

تابع آخر أخبار التسويق.

امسح الرمز

دليل جهات التسويق حول استخدام الذكاء الاصطناعي

استفِد من Google لتطوير أعمالك.

امسح الرمز

* يُرجى التأكد من دقة الردود. هذه الميزة متاحة في بلدان محدّدة وبلغات معيّنة.
** قد تختلف الميزات وتوفُّرها حسب الجهاز واللغة والبلد والاشتراك وإعدادات الحساب الخاص بالعمل. قد يلزم الاتصال بالإنترنت وإجراء عملية الإعداد. يُرجى التأكد من دقة الردود.
*** قد يتم تحصيل رسوم للتسجيل، وذلك حسب الأحكام والشروط السارية.