

ما بعد البرامج التلقائية للدردشة: اقتصاد الوكلاء أصبح واقعًا

مخطط تفصيلي لتحقيق عائد الاستثمار للمؤسسات العالقة بين تبني الذكاء الاصطناعي والاستفادة من قيمته

يبرز رؤى تنفيذية من

أليكس شولتز،

رئيس قسم البيانات في Meta

Meta

حول التقرير



ألیكس شولتز،
رئيس قسم البيانات في Meta

يتناول هذا التقرير تلك الفجوة، والبنية التحتية المطلوبة لسدها، استنادًا إلى رؤى محللي السوق المستقلين والمنظور التنفيذي لأليكس شولتز، رئيس قسم البيانات في Meta.

وثمة ثلاثة أسئلة ترسم ملامح المسار المستقبلي:

- ما المقصود باقتصاد الوكلاء، ولماذا يتشكل في الوقت الحالي؟
- ما هي متطلبات البنية التحتية التي يحتاج إليها؟
- ما هي الإجراءات التي يجب على قادة المؤسسات اتخاذها خلال الـ 90 يومًا القادمة؟

ستجد في هذا التقرير إطار عمل لكيفية الاستعداد، وتحليلاً للفرص التنافسية، ودراسات حالة حية لمؤسسات بدأت مرحلة الإنتاج بالفعل، بالإضافة إلى خارطة طريق عملية لكبار المسؤولين التنفيذيين ومديري العمليات والرؤساء التنفيذيين لتقييم الفرص الاستثمارية.

اقتصاد الوكلاء يتشكل الآن، وإليك كيفية الاستعداد له.



%75

تبنى 75% من قادة المؤسسات الذكاء الاصطناعي الوكيل[1]،

بينما يحقق 15% منهم فقط عوائد فعلية.[2]

ومعظم المؤسسات عالقة اليوم في الفجوة الواقعة بين تبني الذكاء الاصطناعي الوكيل والاستفادة منه.

ما بعد البرامج التلقائية للدردشة: اقتصاد الوكلاء أصبح واقعًا

1 اقتصاد الوكلاء أصبح واقعًا، فهل بدأت الاستعداد له؟ 3

2 معضلة 15/75: الفجوة بين تبني التقنية والاستفادة منها 9

3 متطلبات اقتصاد الوكلاء لتعزيز عائد الاستثمار 14

4 الروّاد 17

5 ابدأ من هنا 20

6 منصة Meta Business Agent 23



6 5 4 3 2 1

اقتصاد الوكلاء أصبح واقعًا، فهل بدأت الاستعداد له؟

من البرامج التلقائية للدردشة إلى الوكلاء. من الدعم الفني إلى دورة الحياة الكاملة.



لا يقتصر تحوّل السوق الحالي على ابتكار برامج تلقائية للدردشة أكثر ذكاءً، سواءً من حيث سرعة الاستجابة، أو تحسين مطابقة الأسئلة المتكررة، أو استخدام نصوص تبدو أكثر طبيعية.

يتعلق تحوّل السوق بوكلاء الذكاء الاصطناعي الذين يتخذون إجراءات مستقلة على مدار رحلة العميل بأكملها؛ بدءًا من مرحلة الاستكشاف ووصولاً إلى الشراء والخدمة وإعادة التفاعل. فبينما يكتفي البرنامج التلقائي للدردشة بالإجابة عن سؤال ثم الانتظار، فالوكيل يجيب عن السؤال، ويقدم توصية ذات طابع شخصي لمنتج ما، ويُكمل عملية البيع، ويتعامل مع المرتجعات، ويُعيد طلب المنتج، ثم يتابع الأمر في الأسبوع التالي. ويمثل ذلك إعادة هيكلة جذرية لآلية عمل الأنشطة التجارية.

تتفق كبرى شركات الاستراتيجيات على أن حجم التجارة القائمة على الوكلاء سيُقاس بالتريليونات خلال العقد الحالي. ومع ذلك، لا تُمثل التجارة سوى قطاع واحد ضمن بنية تحتية اقتصادية أوسع بدأت تتشكل الآن، وهي: اقتصاد الوكلاء. ويمثل هذا التحوّل إعادة ضبط شاملة للمنصات والخدمات.[1]

تحوّل في السوق تُقدّر قيمته بالتريليونات



3 إلى 5 تريليونات دولار أمريكي

التأثير الاقتصادي العالمي للتجارة القائمة على الوكلاء بحلول عام 2030.[3]

%60

تتوقّع Gartner® أنه: "بحلول عام 2028، ستُدار أكثر من 60% من تفاعلات خدمة العملاء في المؤسسات بشكل كامل عبر الذكاء الاصطناعي الوكيل، ارتفاعًا من 20% في عام 2026."[4]

%55

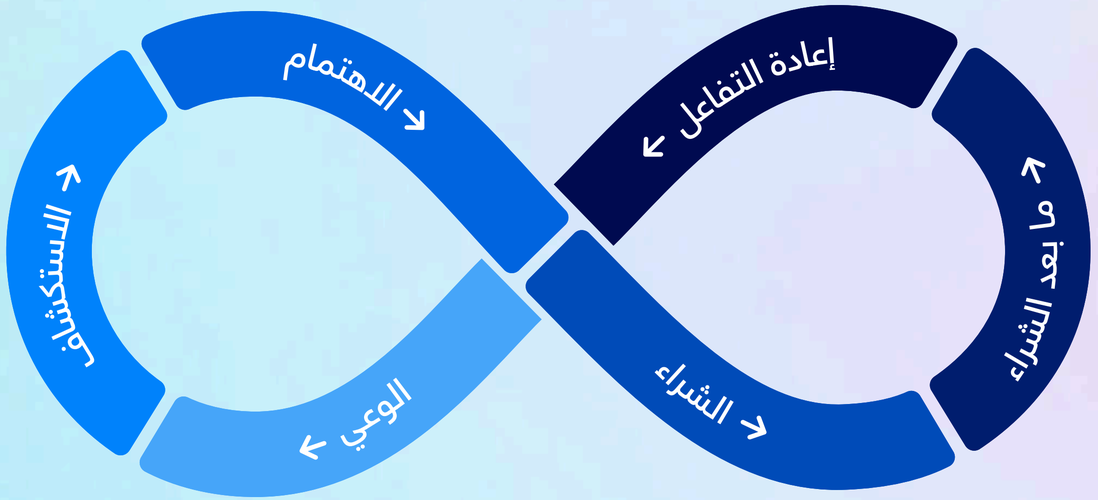
ينقل المستهلكون رحلة استكشاف المنتجات من محركات البحث إلى نماذج اللغة الكبيرة (LLM).[5]

أكثر من مليون

نشاط تجاري يستخدم Meta Business Agent أسبوعيًا على Messenger وواتساب.



"يختصر الذكاء الاصطناعي رحلات الشراء ويُعيد توجيه التأثير من خلال إدارة عمليات الاستكشاف والقرارات والخدمة قبل بدء التفاعل البشري."[6]



الاستكشاف: يبدأ المستهلكون رحلات البحث عن المنتجات بشكل متزايد عبر منصّات الذكاء الاصطناعي بدلاً من محركات البحث التقليدية.

تجميع بيانات العملاء المحتملين: يتولى وكلاء الذكاء الاصطناعي تحديد العملاء المحتملين المؤهلين من الإعلانات والمراسلات آليًا ومتابعتهم.

المبيعات: يمكن تصفح المنتجات والمقارنة بينها وإتمام الشراء ضمن المحادثة دون الحاجة لمغادرتها.

الدعم: يتولّى وكلاء الذكاء الاصطناعي حل الاستفسارات بشكل كامل، بما في ذلك استكشاف المشكلات وحلها وتنفيذ الإصلاحات

إعادة التفاعل: تساهم المحفزات السلوكية في تعزيز تكرار عمليات الشراء وزيادة القيمة الدائمة للعميل.

تتحوّل الرحلة التجارية الكاملة، وبمرور الوقت البنية التحتية الاقتصادية بأكملها، لتصبح قائمة في جوهرها على الوكلاء. ولقد أصبحت الأدلة الأولية لهذا الاقتصاد القائم على الوكلاء حيّز التنفيذ بالفعل.

يستخدم أكثر من مليون نشاط تجاري برامج تلقائية للدردشة مدعومة بالذكاء الاصطناعي على Messenger وواتساب للتفاعل مع العملاء أسبوعيًا.

تمثل عمليات نشر البرامج التلقائية للدردشة القادرة على الإجابة عن الأسئلة المتكررة وتأكيد المواعيد وفحص المخزون أساسًا لمرحلة جديدة من تطوّر الوكلاء: وكلاء لا يكتفون بالرد فحسب، بل يتخذون إجراءات بالفعل.

حجز المواعيد، والتعامل مع المرتجعات، وإتمام عمليات البيع: يتخذ الوكلاء إجراءات مستقلة على مدار دورة حياة العميل. ولا يقتصر هذا التحوّل على كونه تدريجيًا، بل هو تحوّل هيكلي.



"يتمثّل التغيير القادم في وكلاء لا يكتفون بمجرد الرد، بل يتخذون إجراءات نيابةً عن نشاطك التجاري في كل محادثة، وعبر كل قناة، ولتلبية كل احتياجات العملاء.

هذا هو اقتصاد الوكلاء الذي يتحدّث عنه الجميع.

لأن ما يتيحه الذكاء الاصطناعي ليس مجرد تحسين المحادثة، بل توفير وكيل يعرف العميل، ليس فقط من خلال نقرة أو مكالمة أو نظام إدارة علاقات العملاء لديك، بل استنادًا إلى العلاقة بأكملها."[7]

نيكولا مندلسون، رئيسة مجموعة الأعمال العالمية في Meta

التفاعلات بين الوكلاء

تتمثل النقطة النهائية المنطقية للوكلاء المستقلين في الوصول إلى اقتصاد يمتلك فيه كل نشاط تجاري وكل مستهلك وكلاء يجرون المعاملات نيابةً عنهم، وينبع ذلك من الإمكانات المتاحة بالفعل في السوق.

عندما يتمكّن وكيل ذكاء اصطناعي من الحصول على عروض أسعار من وكيل إحدى المنشآت، وتنسيق المواعيد، وتقديم مجموعة خيارات جاهزة لاتخاذ القرار في غضون ثوانٍ، ستتغيّر ديناميكيات المنافسة تمامًا؛ حيث ستمتلك شركة مكوّنة من ثلاثة أشخاص نفس القدرات التي تمتلكها المؤسسات الكبرى على مدار الساعة، وستنخفض تكلفة تقديم تجربة عملاء هي الأفضل في فئتها. وما سيُميّز نشاطًا تجاريًا عن آخر هو مدى جاهزية البنية التحتية.



"لا تزال قدرات الوكلاء اليوم في أدنى مستوياتها مقارنةً بما ستكون عليه مستقبلًا. فإذا كنت تبني حلولك على قدراتهم الحالية، فبعد ستة أشهر ستكون قد بنيتها لواقع تجاوزه التطور."[8]

أليكس شولتز، رئيس قسم البيانات في Meta

6 5 4 3 **2** 1

معضلة 15/75: الفجوة بين تبني التقنية والاستفادة منها





تبدو الفرصة واضحة، إلا أن أساليب التنفيذ ليست كذلك.

%75

من قادة المؤسسات يذكرون أنهم تبنّوا الذكاء الاصطناعي الوكيل، إلا أن التبني وحده لا يحقق قيمة.[8]

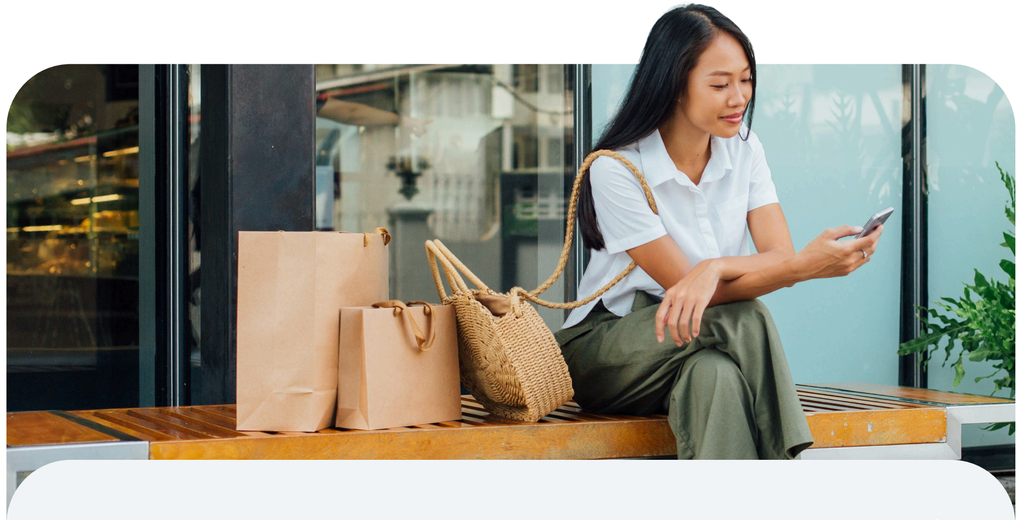
%40

لا يزالون عالقين في تشغيل برامج تجريبية لا تتوسّع أبدًا، وإصدار تقارير لا يتخذ أحد إجراءات بناءً عليها، مع الإخفاق في ربط الوكلاء بالمهام التي تُحدث فارقًا.[9]

لم تصل سوى نسبة **15%** فقط إلى ما تسميه شركة Forrester "نطاق الوكلاء" أو منطقة عائد الاستثمار التي يبدأ فيها تحقيق قيمة ملموسة من الوكلاء.[9]

العائق ليس في النموذج

لا يُعدّ النموذج هو السبب في حرمان 40% من المؤسسات من الاستفادة من قيمة الذكاء الاصطناعي، بل البنية التحتية الأساسية التي يعتمد عليها؛ فبدون وجود تنظيم ناضج وبيانات موحّدة وحوكمة واضحة، ستظل البرامج التجريبية في مكانها دون أن تصل أبدًا إلى مرحلة تحقيق عائد.

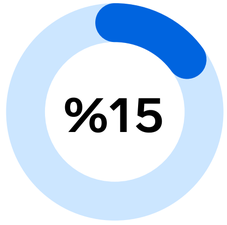


"تُكافح العديد من عمليات تنفيذ وكلاء الذكاء الاصطناعي لتحقيق عائد على الاستثمار، وتنبُع هذه المشكلة من ضعف دمج نماذج الوكلاء مع دفق عمل الأنشطة التجارية."[2]

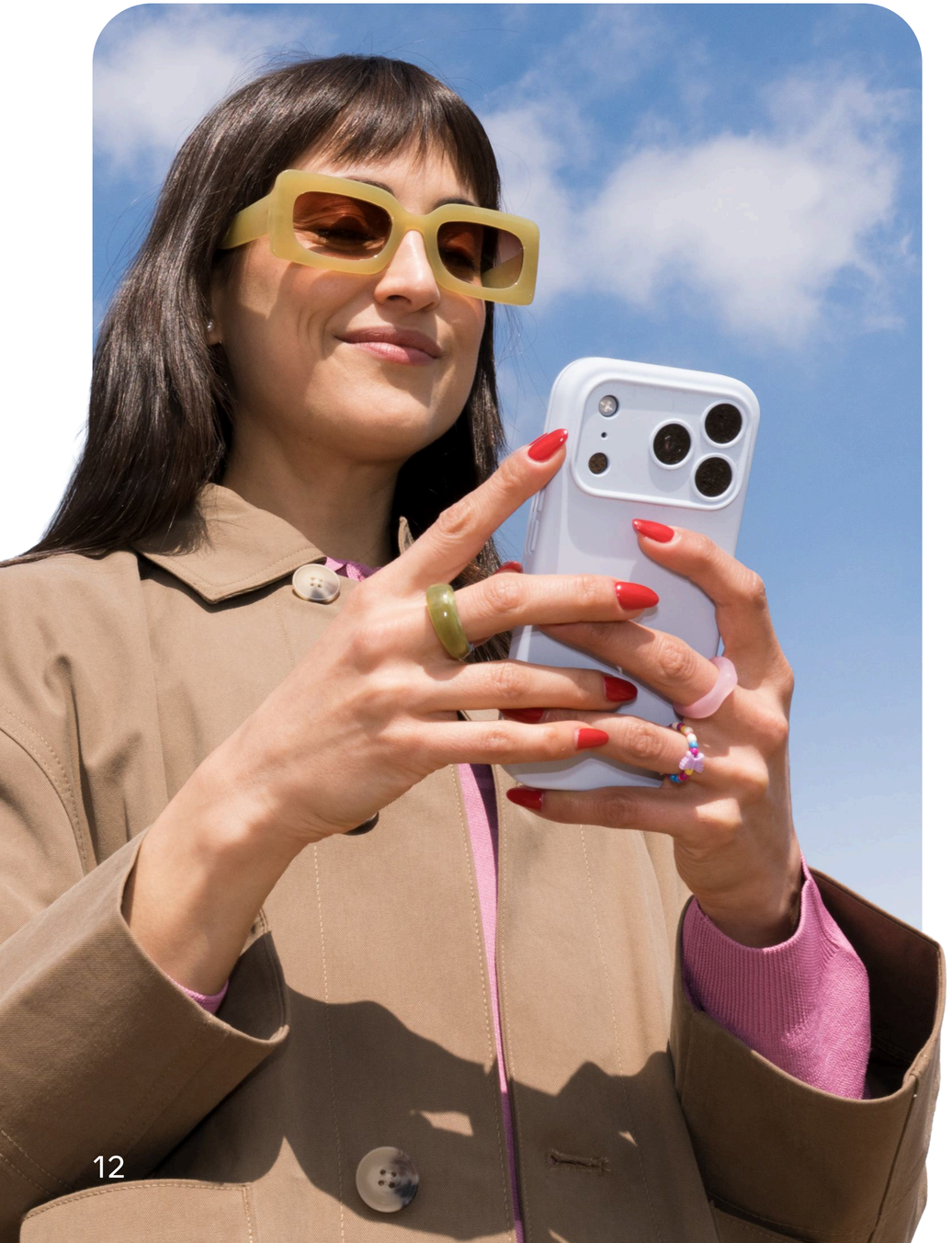
تشترك المؤسسات العالقة في مرحلة "إثبات المفهوم" في نمط واحد: وهو امتلاك وكلاء يقدّمون رؤى ولكنهم لا يزالون يتطلّبون تدخلاً بشريًا لربط دفق العمل يدويًا بالوكيل. وهذه الفجوة بين التوصية والتنفيذ هي المكان الذي يتحقّق فيه عائد الاستثمار — أو يتلاشى.



يذكر **12%** فقط من الرؤساء التنفيذيين أن الذكاء الاصطناعي حقّق فوائد على مستوى التكاليف والإيرادات معًا.[9]



أما الـ **15%** من المؤسسات التي تستفيد من الوكلاء على نطاق واسع، فهي تواصل تعزيز تقدمها على غيرها، بينما لا تزال بقية المؤسسات التي تركّز على تحسين النماذج القائمة على أوامر فردية، مكتفيةً بالمراقبة.[2]



السوق لا ينتظر

وفقًا لتقرير Gartner،

بحلول عام 2028:

+%60 من خدمة العملاء في المؤسسات ستُدار بشكل كامل عبر الذكاء الاصطناعي الوكيل، ارتفاعًا من نحو 20% اليوم.[11]

بحلول عام 2030:

%80 من قادة المبيعات والتسويق سيعتبرون أن دمج الذكاء الاصطناعي الوكيل في دفق عمل المبيعات والتسويق يمثّل عاملاً حاسمًا لتحقيق ميزة تنافسيّة، ارتفاعًا من أقل من 50% في عام 2026.[11]

يبني عملاؤك ومشتروك ومنافسوك خططهم حول هذا التحوّل في الوقت الحالي؛ فأنت لم تعد تبيع للبشر وحدهم، بل تبيع لوكلاء المشترين أيضًا.

وتتضاعف قيمة البنية التحتيّة التي تستثمر فيها اليوم (الهوية، والتنظيم، وقواعد البيانات، والحوكمة) مع كل تفاعل.

ثلاثة أسئلة يجب على قادة المؤسسات طرحها

لكبار المسؤولين التنفيذيين وقادة خدمة العملاء:

هل تجرون محادثات حقيقية، أم تكتفون ببث الرسائل؟

يبدأ 55% من المستهلكين رحلاتهم بالفعل عبر منصّات الذكاء الاصطناعي.[5] وغالبًا ما يبدأ الذكاء الاصطناعي القائم على الجلسات من الصفر؛ وعلى العكس من ذلك، تساهم المؤسسات التي تحافظ على محادثات مستمرة في تراكم المعلومات، مما يجعل التفاعلات أكثر ملاءمة ويزيد من كفاءة الإنفاق الاستثماري القادم.

لمديري العمليات وقادة العمليات:

هل يمكن لمركز الاتصال التابع لك التعامل مع 3 أضعاف حجم العمل غدًا دون زيادة عدد الموظفين 3 أضعاف؟

يتولّى وكلاء الذكاء الاصطناعي بالفعل حل **من 40 إلى 60%** من الاستفسارات بشكل كامل في أفضل عمليات النشر.[11] تؤدي عمليات النقل اليدوي بين الذكاء الاصطناعي والإجراء الذي يوصي به إلى تآكل عائد الاستثمار؛ لذا قامت المؤسسات الموجودة في منطقة القيمة بأتمتة الطبقات الواقعة بين التوصية والتنفيذ.

للرؤساء التنفيذيين والقيادة التنظيمية:

هل الذكاء الاصطناعي مجرد بند في الميزانية، أم محرّك لتحقيق إيرادات؟

يذكر **12%** فقط من الرؤساء التنفيذيين أن الذكاء الاصطناعي يحقّق فوائد على مستوى التكاليف والإيرادات معًا.[9] فكل محادثة مع وكيل تُولّد معلومات تجعل المحادثة التالية أفضل؛ لذا إذا بدأت متأخرًا، فستتسع الفجوة مع كل تفاعل يجريه منافسك ولا تجريه أنت.



6 5 4 3 2 1

متطلبات اقتصاد الوكلاء لتعزيز عائد الاستثمار

خمس فئات بنية تحتية تُجهزك لمستقبل اقتصاد الوكلاء الجديد.

سيتطلّب اقتصاد الوكلاء في نهاية المطاف بنية تحتية جديدة تمامًا: آليات اكتشاف لتمكين الوكلاء من العثور على بعضهم البعض، وبروتوكولات تفاوض لتمكينهم من إجراء المعاملات بسرعة، وهوية محقّقة لضمان الوثوق بالالتزامات، وعقود ملزمة مصمّمة للأطراف الاعتبارية الآلية، وسوقًا يحصل فيه الوكلاء على الإمكانات عند الطلب.[12]

بدأت العديد من هذه الطبقات في التشكّل بالفعل؛ حيث يتطلّب الانتقال من البرامج التلقائية للدردشة التي تقدّم الإجابات إلى الوكلاء الذين يتخذون الإجراءات تضافر خمس قدرات معًا في الوقت الحالي. وإليك معايير الجاهزية.

1

الهوية:
عندما يمثّل الوكيل نشاطًا تجاريًا، يجب أن تكون هناك هوية محقّقة تقف وراءه. وعندما يلتزم الوكيل بشيء نيابةً عنك، يحتاج الطرف الآخر إلى الوثوق بهذا الالتزام. **فالهوية المحقّقة على نطاق واسع هي الأساس.**

2

العلاقات:
يعتمد الاستكشاف على الثقة: مَن الذي يثق به شبكتك، ومَن تعرفه، ومَن يعرفك. **كما يستكشف الأشخاص عبر شبكاتهم، يحتاج الوكلاء إلى دليل للعثور على الوكلاء والأنشطة التجارية الأخرى.**

عندما يقيّم وكيل المشتري الخيارات، فإنه يستعلم عن البيانات المنظّمة؛ لذا فإن الأنشطة التجارية التي تفتقر إلى كتالوجات قابلة للقراءة آليًا وبيانات اعتماد محقّقة وأسعار يمكن الوصول إليها لن تظهر في النتائج، فقابلية الاستكشاف بواسطة الوكلاء أصبحت الآن ميزة تنافسية.

3

المراسلة:
تُرسَل أكثر من مليار رسالة يوميًا عبر Messenger وInstagram وواتساب. وتُعدّ أفضل واجهة للوكلاء هي الواجهة المستخدمة بالفعل.[13] **يتواصل الأشخاص مع الذكاء الاصطناعي بنفس الطريقة التي يتواصلون بها مع بعضهم البعض: عبر المراسلة.**

لا تنجح المراسلة كقناة للوكلاء إلا إذا كانت حوارية؛ فالمؤسسات التي تتعامل مع هذه القنوات كإشعارات أحادية الاتجاه قد تشهد تحويلات أولية، ثم ينخفض مستوى التفاعل بعد ذلك. وتتمثّل ميزة البنية التحتية في التفاعل ثنائي الاتجاه: الدردشات المستمرة التي تستخدم الذكاء مع كل تفاعل.

4

التجارة:
الكتالوجات، والأسواق، وعمليات دفق إتمام الشراء. طبقة المعاملات موجودة بالفعل على نطاق عالمي. **عندما يتفاوض الوكلاء بشأن الأسعار، ويقارنون الخيارات، ويتخذون القرارات بسرعة عالية، فإنهم يحتاجون لبنية تحتية تواكب ذلك.**

5

النماذج والبروتوكولات:
أصبحت نماذج الذكاء الاصطناعي قادرة بالفعل، وتتحسّن باستمرار. **والمطلوب الآن هو وجود سوق للإمكانات، والأدوات المتخصّصة، والوكلاء الآخرين الذين يمكنهم الاعتماد عليهم.**



"مثلما أنشأنا متجر تطبيقات للبشر، فنحن بحاجة إلى متجر تطبيقات للوكلاء؛ وحيثما تمتلك بنية تحتية للمدفوعات للمستهلكين اليوم، فستحتاج إلى مثلها للوكلاء؛ وحيثما تمتلك هيكلاً قانونيًا اليوم، فستحتاج لمثله للوكلاء."[12]

أليكس شولتز، رئيس قسم البيانات في Meta

6 5 4 3 2 1

الروّاد



آراء أوائل من طوّروا حلولًا باستخدام منصة Meta Business Agent.

"تتحوّل المناقشة من "كيف يمكنني الوصول إلى مزيد من الأشخاص" إلى "كيف يمكنني بناء كل علاقة عميل وإدارتها على نطاق واسع.""[7]

نيكولا مندلسون، رئيسة مجموعة الأعمال العالمية في Meta

trendyol.com

البيع بالتجزئة والتجارة الإلكترونية | أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا

العائد من التفاعلات:

- تم الوصول إلى أكثر من **123 ألف** عميل عبر واتساب في أسبوع واحد عبر الرسائل التسويقية على واتساب وMeta Business Agent.*
- **13%** من المحادثات أدّت إلى تقديم توصيات مخصّصة للمنتجات عُرِضت كعناصر دوّارة قابلة للتسوّق، ويحتوي كل منها على رابط بنقرة واحدة لإتمام الشراء.*
- بلغ متوسّط زمن الاستجابة أقل من **سبع** ثوانٍ، مما وفّر للمتسوقين مساعدة فورية ومخصّصة.*

"بفضل وكيل الذكاء الاصطناعي على واتساب، أصبحت المعلومات نفسها [وكيل مدمج مع الواجهة الخلفية للتجارة الإلكترونية في Trendyol] متاحة الآن ضمن المحادثة؛ وهي متاحة الآن لكل متسوق فوريًا وعلى نطاق واسع. ومع Meta، نحن لا نكتفي بالإجابة عن الاستفسارات، بل نبني علاقات دائمة مع الملايين من المتسوقين لدينا في جميع أنحاء المنطقة."

إرك كاليندر، إدارة علاقات العملاء في Trendyol

شاهد القصة >

*النتائج مقدَّمة من أصحابها ولا يوجد ما يضمن إمكانية تكرارها بشكل مؤكد. ستختلف النتائج الفردية المتوقّعة بصفة عامة.

الخدمات المالية | أمريكا اللاتينية

العائد من التفاعلات:

- **70%** معدل إكمال الدفع للسائقين الذين بدؤوا دفع PIX في المحادثة.*
- **13%** معدل التحويل من الاستفسار إلى الدفع عبر جميع الجلسات.*
- **32%** من الجلسات تضمّنت عرض بيع منتجات ذات صلة، مما حوّل حل مشكلات الرسوم إلى فرص للاشتراك في البطاقات.*

"تُمكّن منصة Meta Business Agent من خوض رحلة سلسة وبسيطة بالكامل داخل واتساب، حيث تجمع بين الراحة والثقة والنطاق الواسع. وهذه هي التجارة الحقيقية القائمة على الوكلاء ومستقبل تفاعل العملاء وخدمتهم ومدفوعات النقل."

غابرييل بورتو، كبير مسؤولي المنتجات والتسويق في Sem Parar

شاهد القصة

السيارات | أمريكا اللاتينية وأوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا

العائد من التفاعلات:

- **54%** زيادة في معدل التحويل مقارنةً بأفضل معدل تاريخي لشركة Movida (14.9% مقابل 9.7%) خلال الأسبوع الرابع من الاختبار، ويُعزى ذلك إلى Business Agent*
- **85%** من محادثات العملاء تم حلها بالكامل عبر Business Agent، دون الحاجة إلى مساعدة الفريق*

"عندما قدّمت لنا Meta هذه الرؤية لوكيل ذكاء اصطناعي على واتساب، أدركنا أنها ستتجاوز حدود ما يمكن أن تكون عليه التجارة التفاعلية؛ حيث ساعد ربط أنظمة الحجز والتسعير والدفع والقياسات الحيوية لدينا في توحيد كل هذه العناصر. وتولّى الوكيل إدارة الحجز وسجل العملاء والمدفوعات، وكل ذلك بلمسة تحاكي الموظف الحقيقي تمامًا."

غوستافو موسكاتيلي، الرئيس التنفيذي لشركة Movida

شاهد القصة

*النتائج مقدَّمة من أصحابها ولا يوجد ما يضمن إمكانية تكرارها بشكل مؤكد. ستختلف النتائج الفردية المتوقَّعة بصفة عامة.



6 5 4 3 2 1

ابدأ من هنا

تحديد النطاق والربط

- تواصل مع شريك عملاء Meta لمناقشة أهداف تفاعل العملاء لديك
- حدّد حالات الاستخدام الأكثر تأثيرًا لنشاطك التجاري
- اختر مسارك: ابنِ بشكل أصيل باستخدام منصة Meta Business Agent أو ادمج وكيل الذكاء الاصطناعي الحالي لديك عبر إمكانات التفاعل بين الوكلاء التي ستتوفر قريبًا

التكوين والدمج

- ثبّت معلومات الوكيل استنادًا إلى معارف نشاطك التجاري: قم بتحميل الكتالوجات والمستندات ومحتوى موقع الويب عبر وحدة التحكم
- حدّد إرشادات الاستجابة لكل سيناريو: نبرة الصوت، وقواعد التصعيد، وتغطية الموضوعات
- تكامل مع أنظمتك عبر موصّلات Meta Business Agent حتى يتمكّن الوكيل من البحث عن حالة الطلب أو التحقّق من التوّفر أو استرداد معلومات الحساب في الوقت الفعلي

الإطلاق والقياس

- ابدأ الإطلاق عبر المحادثات الأكثر حجمًا لديك
- قس ما يهمّ: التكلفة لكل نتيجة، ومتوسّط قيمة الطلب، ورضا العملاء
- توسّع عبر الأسواق وحالات الاستخدام

ما تحصل عليه عند تصميم الحلول مع Meta

إضفاء طابع شخصي مدعوم بالذكاء الاصطناعي على نطاق واسع

تجارب ذات طابع شخصي مدفوعة بذاكرة عبر الجلسات وإشارات الطرف الأول التي تساعد على تعزيز التحويلات وتقوية الولاء والتوسّع بكفاءة، وكل ذلك ضمن محادثة واحدة.

الامتثال وعناصر التحكم المصمّمة للمجالات الخاضعة للتنظيم

متوافقة مع معايير ISO 27001، واللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR)، وقانون خصوصية المستهلك في كاليفورنيا (CCPA). حواجز حماية للمؤسسات قابلة للتكوين وإمكانات النقل للبشر.

دمج سلس عبر واجهة API

ادمج مع واجهة API السحابية المستضافة بواسطة Meta ومع مجموعتك التقنية الحالية (أنظمة إدارة علاقات العملاء والتجارة وقاعدة المعرفة) عبر موصّلات Meta Business Agent، بأقل قدر من التغييرات.

مسارات متعدّدة للإطلاق

طوّر الوكيل مباشرةً مع Meta، أو استعن بشريك دمج معتمد، أو أحضر وكيلك الخاص واربطه عبر ميزة التفاعل بين الوكلاء.



6 5 4 3 2 1

منصة Meta Business Agent

20 عامًا من البنية التحتية؛ صُمّمت لهذه اللحظة.

توجد طبقات البنية التحتية الخمس المطلوبة لاقتصاد الوكلاء بالفعل على نطاق عالمي عبر منصات Meta. منصة Meta Business Agent هي المكان الذي تلتقي فيه تلك الطبقات؛ حيث توفّر مساحة واحدة للأنشطة التجارية للانتقال من نشر برنامج تلقائي للدردشة إلى وكيل متاح دائمًا، يعمل الآن على واتساب ويتوسّع ليشمل Messenger وInstagram.



ما يتميز به Meta Business Agent:

- ملفات شخصية أو هويات تجارية محقّقة يثق بها العملاء بالفعل، وتعمل في **أكثر من 180 بلدًا**.
- ذاكرة عبر الجلسات لمنح العلاقات سياقًا بدءًا من الرسالة الأولى.
- **تحدث ما يزيد عن مليار محادثة يوميًا بين الأنشطة التجارية والمستهلكين (B2C)** بالفعل عبر تقنيات Meta. المسارات موجودة، والجمهور موجود بالفعل هنا.
- التصفح والاختيار وإتمام الشراء ضمن المحادثة دون عمليات إعادة توجيه.
- إشارات الطرف الأول التي تُتيح إضفاء طابع شخصي في الوقت الفعلي.



ما تقدّمه المنصة:

- **خدمة متاحة دائمًا، بلغات متعدّدة، دون الحاجة لزيادة عدد الموظفين.** خدمة العملاء فوريًا، عبر مختلف المناطق الزمنية أو اللغات أو في حالات ذروة الطلب.
- **حل الاستفسارات بشكل كامل وعلى نطاق واسع.** بدءًا من أتمتة الأسئلة المتكررة ووصولاً إلى إتمام الشراء ضمن المحادثة؛ تعامل مع آلاف المحادثات في وقت واحد بأسلوب علامتك التجارية، مع إمكانية النقل للبشر عندما يمثّل ذلك قيمة مضافة.
- **تجارة تفاعلية ضمن المحادثة.** التصفح والمقارنة والشراء؛ دون أي عوائق ناتجة عن إعادة التوجيه.
- **تراكم المعلومات.** كلما زاد السياق الذي توفره (الكتالوجات، والسياسات، وسجل المحادثات)، زاد مستوى ملاءمة كل تفاعل.

عناصر تحكم قابلة للتكوين، مصمّمة للمجالات الخاضعة للتنظيم:

حواجز حماية قابلة للتخصيص. وإمكانية النقل للبشر في السيناريوهات الحساسة. وعناصر التحكم في شفافية الذكاء الاصطناعي والامتثال:

• ISO 27001 • اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) • قانون خصوصية المستهلك في كاليفورنيا (CCPA)

بنية أمان تحتية مصمّمة للمجالات الخاضعة للتنظيم من الأساس.

هل أنت مستعد للبدء؟



حدّد أبعاد البرنامج التجريبي وحالات الاستخدام الأكثر تأثيرًا مع شريك عملاء Meta لتخصيص وكيل يناسب نشاطك التجاري على واتساب.



سجّل لتصلك تحديثات منتج منصة Meta Business Agent والموارد اللازمة لابتكار المستقبل.

بدء الاستخدام ‹



تعامل مع شريك أعمال Meta للتأكّد من امتلاكك لأساس لمراسلات الأعمال لدمج أو تكوين منصة Meta Business Agent مع بنيتك التحتية الحالية.

بدء الاستخدام ‹

السوق يتشكّل الآن

يُقدّم اقتصاد الوكلاء مكافآت للروّاد؛ فالمعلومات التي تقدّمها لوكيلك — مثل الكتالوجات والسياسات وسياق العملاء — تتجمع لتتحوّل إلى ميزة تنافسية في إضفاء الطابع الشخصي لا يمكن لمنافسيك اختصارها. لذا ابدأ مبكرًا لتتعلّم بشكل أسرع.



"إذا اغتنمت هذه الفرصة الآن، يمكنك التفوّق على منافسيك."[8]

أليكس شولتز، رئيس قسم البيانات في Meta

المصادر

1. Forrester, 'The State of Agentic AI, 2026,' May 2026.
2. Forrester, 'Mind The Agentic Action Gap,' December 2025.
3. McKinsey and Company, 'Agentic Commerce: How Agents Are Ushering in a New Era,' 2025 .
4. Gartner, ’Emerging Tech: Agentic AI Adoption Trends’; June 2026. GARTNER is a trademark of Gartner, Inc. and/or its affiliates.
5. Deloitte, 'Agentic Commerce in CPG: Winning the Algorithmic Shelf,' 2026.
6. Forrester, ‘Navigate AI-Mediated Disruption With A Customer-Obsessed B2B2C Strategy,’ 2026.
7. Nicola Mendelsohn, ‘Winning the Agentic Age,’ Meta Conversations, 2026.
8. Alex Schultz, ‘The New Era of Customer Engagement,” Meta Conversations,’ 2026.
9. PwC, "29th Annual Global CEO Survey," 2026.
10. McKinsey and Company, 'New front door to the internet: Winning in the age of AI search,’ 2025.
11. Forrester, ‘The Great AI Agent Rationalization: The Tortoise, The Hare, And The Sloth,’ 2026.
12. Alex Schultz, 'The Agentic Economy Is Here, It’s Just Not Evenly Distributed Yet,' LinkedIn, 2026.
13. بيانات Meta الداخلية، مايو 2025.

Every connection is an opportunity.

Meta