

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على العلاقة بين الذكاء الاصطناعي، وفعالية الاتصال التسويقي في البيئة الرقمية، انطلقت الدراسة من عرض شامل لمفاهيم الاتصال التسويقي وتطوره وأشكاله المختلفة، ثم تناولت الذكاء الاصطناعي من حيث أنواعه، مع التركيز على الدور المتنامي الذي تلعبه تقنياته في دعم استراتيجيات التسويق الرقمي. وصولاً إلى تحليل دورها في تحسين تجربة العملاء وتعزيز تفاعلهم مع العلامات التجارية. وذلك بالاعتماد على استبيان موجه لمستخدمي هاتين المنصتين. وقد كشفت النتائج عن تأثير إيجابي لهذه الروبوتات في تحسين الاتصال مع العملاء، مما يدعم تبني هذه التكنولوجيا مستقبلاً كوسيلة فعالة في التسويق الرقمي.