



**استباقية - الدورة التدريبية: تحليل بيانات العملاء بالذكاء  
للمدراء التسويقيين الاصطناعي لاتخاذ قرارات تسويقية**

**اغسطس - ٠٤ سبتمبر ٢٠٢٦ ٣١**

**روما**

**(للشخص الواحد) € ٥٧٠٠**

**Ref: #CS5375\_399944**



## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة :

فائقة الفعالية وقادرة على باستخدام الذكاء الاصطناعي حجر الزاوية لبناء في عصر الثورة الرقمية، أصبح تحليل بيانات العملاء رحلة عملية شاملة تبدأ من BEN Training Center التنبؤ. تقدم هذه الدورة التدريبية المكثفة من BIG استراتيجيات تسويقية على كيفية تحويل الاصطناعي في استخلاص رؤى عميقة من سلوك العملاء الأساسيات وتصل إلى التطبيقات المتقدمة للذكاء للقياس، تمكنهم من تخصيص العروض، كميات هائلة من البيانات إلى قرارات تسويقية وتفضيلاتهم. سيتعرف المشاركون مدراء التسويق المستقبلية، وزيادة العائد على الاستثمار التسويقي وتحسين رحلة العميل، والتنبؤ بالاتجاهات استباقية وقابلة والبيانات، مستفيدين من أمثلة من فهم وقيادة التحول نحو التسويق القائم على بشكل كبير. تم تصميم المحتوى لتمكين الأخلاقيات والخصوصية في هذا المجال الحيوي. واقعية ومنهجيات مبتكرة. يسلط البرنامج الضوء على الذكاء الاصطناعي مبكرًا Philip Kotler إلى أعمال أكاديميين بارزين مثل فيليب كوتلر يعتمد المحتوى على رؤى رائدة في المجال، مستندًا أهمية هذه الدورة الفريدة لسد BIG BEN Training Center التكنولوجيا والبيانات في التسويق الحديث. يقدم أهمية، الذي أدرج الفعّال في سوق ديناميكيًا الفجوة بين المعرفة النظرية والتطبيق العملي



## ل: الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديرو التسويق ومديرو العلامات التجارية
- رؤساء أقسام التسويق والتخطيط الاستراتيجي
- العملاء، محللو البيانات التسويقية والمتخصصون في رؤى
- مديرو المنتجات ومديرو قنوات المبيعات الرقمية
- الرقمي، استشاريو التسويق وأصحاب الأعمال المهتمين بالتحول
- المعلومات الراغبون في التخصص، الخريجون حديثاً في مجالات التسويق أو تكنولوجيا

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية
- الخدمات المالية والمصرفية
- الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات
- السياحة والضيافة
- الرعاية الصحية
- التعليم والتدريب
- والخدمات العامة، الهيئات الحكومية والوزارات المعنية بالتخطيط
- شركات التأمين
- القطاع العقاري
- الخدمات اللوجستية والنقل

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارات التسويق والعلامة التجارية
- أقسام المبيعات والتطوير التجاري
- فرق رؤى العملاء وتحليل البيانات
- إدارات المنتج والابتكار
- أقسام التخطيط الاستراتيجي
- مراكز خدمة العملاء
- وحدات التحول الرقمي

## أهداف الدورة التدريبية

أتقن المهارات التالية؛ بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- في تحليل بيانات العملاء، فهم المفاهيم الأساسية للذكاء الاصطناعي وتطبيقاته
- وتنظيفها للتحليل، تحديد مصادر بيانات العملاء الرئيسية وكيفية جمعها
- وتقسيمهم بدقة، تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك العملاء
- اتجاهات السوق واحتياجات العملاء المستقبلية، استخدام نماذج التنبؤ بالذكاء الاصطناعي لتوقع
- تسويقية قابلة للتنفيذ، تفسير نتائج تحليلات الذكاء الاصطناعي لاستخلاص رؤى
- فعالة بناءً على رؤى الذكاء الاصطناعي، تطوير استراتيجيات تسويقية شخصية وقنوات اتصال
- باستخدام مؤشرات قائمة على تحليل البيانات، قياس وتحسين عائد الاستثمار للحملات التسويقية
- استخدام الذكاء الاصطناعي مع بيانات العملاء، فهم المبادئ الأخلاقية والامتثال القانوني في
- سياقات تسويقية عملية، توظيف أدوات تحليلات الذكاء الاصطناعي الشائعة في
- والذكاء الاصطناعي، اتخاذ قرارات تسويقية استباقية مدعومة بالبيانات

## منهجية الدورة التدريبية



واضح يشرح الأساسيات يضمن الفهم النظري والتطبيق العملي الفعّال. تبدأ تعتمد منهجية الدورة التدريبية على مزيج متوازن حيث بالذكاء الاصطناعي، مدعوماً بأمثلة واقعية من والنماذج المستخدمة في تحليل بيانات العملاء كل جلسة بعرض مفاهيمي تطبيق ما تعلموه على ينخرط المشاركون في دراسات حالة عملية وحقيقية قطاعات مختلفة. يلي ذلك جلسات تفاعلية مكثفة يتم تشجيع العمل الجماعي لتعزيز مجموعات بيانات مشابهة للواقع باستخدام منصات لمشاكل تسويقية، يقومون فيها من صناعات متنوعة، تشمل الأنشطة وورش عمل لتصميم تبادل الخبرات ووجهات النظر بين مدراء التسويق من تحليلية مبسطة. المدربون تغذية راجعة تحليلات الذكاء الاصطناعي، ومحاكاة لاتخاذ قرارات استراتيجيات تسويقية قائمة على رؤى مستخلصة تعزيز نقاط القوة ومعالجة أي تحديات. يتم فورية ومنظمة على أداء المشاركين خلال التمارين، في سيناريوهات متغيرة. يقدم BIG الشائعة في التسويق، مع التركيز على كيفية تفسير استخدام عروض توضيحية حية لأدوات الذكاء الاصطناعي مما يضمن وقت كافٍ لمناقشة التحديات بيئة تعليمية داعمة تشجع على طرح الأسئلة Center مخرجاتها لاتخاذ القرار يقدم BEN Training تطبيق هذه التقنيات في مؤسساتهم الأخلاقية والعملية التي يواجهها المشاركون في والاستكشاف، مع تخصيص



## التدريبية) : خريطة المحتوى التدريبي (مماور الءورة

### والءكاء الاصطناعي في التسويق الءوءة الأولى: أساسيات تحليل بيانات العملاء

- التسويق الءءءء ءء مقءمة عن الءورة الرابعة وأهمفة الءانات فف
- الاصطناعي ءء الفرق بفن الءللللاء الءقلفءة وءللللاء الءكاء
- ذات الصلة بالتسوق ءء مفاهفم أساسفة فف الءكاء الاصطناعي والءعلم الآلف
- المنظمة؁ شبه المنظمة) ءء أنواع بفاءات العملاء ومصادر جمعاها (المنظمة؁ رففر
- الءكامل؁ الءءولف) ءء الءءفاءات ءوءة الءانات وءءءاءها للءللل (الءنظفف؁
- العملاء ءء أخلاءفاء الءصوففة والموافقة فف اسءءءام بفاءات
- العملاء عالمفأاً ءاءات اسءءءام ناءة للءكاء الاصطناعي فف الءللل

### العملاء وءقسفمهم الءوءة الءانفة: ءقفنفاء الءكاء الاصطناعي لفهم سلوك

- الءللل رءلة العمفل باسءءءام ءقفنفاء الءعلم الآلف ءء
- الءجمفع (Clustering) ءء الءقسفم الءءءم للعملاء باسءءءام ءوارزمفاء
- المرءبءة ءء الءللل سلة المءءءرفاء لاءءءءاف أنماط الشراء
- العملاء على وسائل الءءاصل والمراءءاء ءء الءللل المءءءر (Sentiment Analysis) الآراء
- اءءءءاف الشءوء (Anomaly Detection) ءء الءعرف على أنماط سلوك العملاء المءءفة باسءءءام
- باسءءءام النماءء الءنبؤفة ءءءء العملاء المعرضفن للرففل (Churn Prediction) ءء
- الءكاء الاصطناعي ءء بناء ملفاء ءعرفف ءفنامفكفة للعملاء باسءءءام

### التسوقف الءوءة الءالءة: نماءء ءنبؤفة واسءباءفة للقرار



- مقدمة للنمذجة التنبؤية في التسويق ١
- الزمنية والخوارزميات التنبؤية ١ تنبؤ الطلب والمبيعات باستخدام تحليل السلاسل
- (Response Modeling) توقع استجابة العملاء للحملات والعروض التسويقية ١
- (Prediction) نماذج تحديد القيمة الدائمة المتوقعة للعميل (CLV) ١
- التنبؤ ١ استشراف اتجاهات السوق والطلب باستخدام تحليلات
- والخصومات بشكل ديناميكي ١ استخدام النماذج التنبؤية في تخصيص العروض
- تقييم دقة النماذج التنبؤية وتفسير نتائجها ١

## الأداء التسويقي ١ الوحدة الرابعة: تطبيقات عملية وأدوات لتعزيز

- (نظرة عامة عملية) ١ أدوات تحليلات الذكاء الاصطناعي الشائعة في التسويق
- الذكاء الاصطناعي ١ تحسين تجربة العميل الشخصية عبر القنوات باستخدام
- والتجارة الإلكترونية ١ تخصيص المحتوى والتوصيات في التسويق الرقمي
- الذكاء الاصطناعي ١ تحسين استهداف الإعلانات الرقمية باستخدام رؤى
- الاصطناعي للتنبؤ بالاحتياجات ١ تعزيز إدارة علاقات العملاء (CRM) ١ بالذكاء
- بناءً على سلوك العملاء ١ استخدام الذكاء الاصطناعي في التسعير الديناميكي
- متقدمة ١ قياس تأثير الحملات التسويقية باستخدام تحليلات

## والأخلاقيات ١ الوحدة الخامسة: تنفيذ الاستراتيجيات وقياس العائد

- الاستراتيجية ١ دمج تحليلات الذكاء الاصطناعي في خطط التسويق
- المؤسسة ١ بناء ثقافة التسويق القائم على البيانات داخل
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي التسويقية ١ تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لقياس نجاح
- الاصطناعي في التسويق ١ حساب عائد الاستثمار (ROI) ١ المبادرات الذكاء
- الاصطناعي ١ التحديات التنظيمية والتنفيذية لتبني الذكاء
- خوارزميات الذكاء الاصطناعي ١ المبادئ الأخلاقية والشفافية والانحياز في
- العملاء والتسويق ١ استشراف مستقبل الذكاء الاصطناعي في تحليل بيانات



## الأسئلة المتكررة :

### التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة .

### الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد

المدة إلى ٢٠-٢٥ بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، ساعة تدريبية . راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي

## سؤال للتأمل :

في البيانات في تحليل سلوك العملاء لا تعكس أو تعزز انحيازات كيف يمكن ضمان أن نماذج الذكاء الاصطناعي المستخدمة لمراقبة ذلك وتصحيحه بشكل مستمر؟ التاريخية، وما هي الآليات الأخلاقية التي يجب اجتماعية أو اقتصادية موجودة مسبقاً وضعها

### ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



حل مشكلات التسويق بنهجها العملي التطبيقي الذي Training Center تميز هذه الدورة التدريبية المقدمة من BIG BEN<sup>١</sup> بسرد المفاهيم، بل تغوص في كيفية تطبيق الحقيقية باستخدام الذكاء الاصطناعي. لا تكتفي يتجاوز النظريات ليركز على بتركيزه على اتخاذ لاستخراج رؤى قابلة للتنفيذ مباشرة من سلوكيات تقنيات التعلم الآلي وتحليل البيانات المتقدمة الدورة واقعية من قطاعات متنوعة تعكس تحديات القرارات التسويقية الاستباقية والتنبؤية، مدعوماً العملاء المعقدة. يتميز المحتوى يقدم BIG BEN<sup>١</sup> الحاسم للأخلاقيات والامتثال في تحليل بيانات السوق الفعلية. يعالج البرنامج بشكل صريح الجانباً بدراسات حالة يشارك مدراء التسويق في تمارين جماعية تجربة تعليمية تفاعلية عالية Training Center العملاء، وهو جانب غالباً ما يُغفل. من خبراء متمرسين في مجال تطبيق الذكاء الاصطناعي تحاكي بيئة العمل، ويحصلون على تغذية راجعة مستمرة الجودة، حيث فعال لتطبيقها فوراً في المؤسسات<sup>٢</sup> في التسويق<sup>٣</sup>، مما يضمن نقل المعرفة والمهارات بشكل