



## تعزيز الأداء والنمو الدورة التدريبية: حلول إدارة البيانات لشركات التجارة الإلكترونية:

اغسطس - ٠٤ سبتمبر ٢٠٢٦ ٣١

القاهرة - \*

(للشخص الواحد) € ٤١٠٠

Ref: #DM7468\_583660



## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة

تدفق كميات هائلة من بيانات الفعالة ركيزة أساسية لنجاح شركات التجارة في العصر الرقمي المتسارع، أصبحت إدارة البيانات المفتاح القدرة على جمع هذه البيانات، تنظيمها، تحليلها، العملاء، المنتجات، المعاملات، والتسويق، أصبحت الإلكترونية. فمع هذه الدورة التدريبية من BIG BEN لتعزيز الأداء، تحسين تجربة العملاء، وتحقيق النمو واستخدامها لاتخاذ قرارات مستنيرة هي لقطاع التجارة الممارسات والأدوات في إدارة البيانات المصممة منهجاً شاملاً يغطي أفضل Training Center المستدام. تقدم للبيانات، تطبيق استراتيجيات جودة البيانات، الإلكترونية. ستتناول الدورة كيفية بناء بنية تحتية خصيصاً لتلبية الاحتياجات الفريدة مرموقين في البيانات وتخصيص تجارب العملاء. تستند الدورة إلى رؤى الاستفادة من تحليلات البيانات لتحسين المبيعات، قوية دافنبورت)، وهو أستاذ وباحث معروف بأعماله الكبيرة والتسويق الرقمي، مثل Thomas Davenport أكاديمية وعملية من خبراء إلى أصول غنياً بالمعرفة النظرية والتطبيقية. ستمكن هذه في تحليل الأعمال وإدارة البيانات، مما يضمن محتوى (توماس إمكانات النمو لأعمالهم في التجارة استراتيجية، مما يعزز قدراتهم التنافسية ويساهم في الدورة المتدربين من تحويل بياناتهم الإلكترونية لتحقيق أقصى



## لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديرو التجارة الإلكترونية.
- محللو البيانات في شركات التجارة الإلكترونية.
- مسؤولو التسويق الرقمي.
- مديرو المنتجات (في التجارة الإلكترونية).
- رواد الأعمال في مجال التجارة الإلكترونية.
- مهندسو البيانات.
- مسؤولو خدمة العملاء.

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- التجارة الإلكترونية (بجميع أنواعها).
- البيع بالتجزئة عبر الإنترنت.
- الخدمات اللوجستية والشحن.
- التسويق الرقمي والإعلان.
- الإلكترونيات (شركات الحلول لقطاع التجارة الإلكترونية).
- الإلكترونيات (الجهات الحكومية وما في حكمها) المهتمة بالتجارة الإلكترونية.
- الخدمات المالية (ذات الصلة بالدفع الإلكتروني).

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- التسويق والمبيعات عبر الإنترنت<sup>١</sup>
- تحليلات الأعمال<sup>١</sup>
- إدارة علاقات العملاء ((CRM)<sup>١</sup>
- تطوير المنتجات<sup>١</sup>
- العمليات واللوجستيات<sup>١</sup>
- تقنية المعلومات<sup>١</sup>
- الاستراتيجية<sup>١</sup>

## أهداف الدورة التدريبية<sup>١</sup>

أتقن المهارات التالية<sup>١</sup> بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- الإلكترونيات<sup>١</sup> فهم أهمية إدارة البيانات في سياق التجارة
- الإلكترونيات<sup>١</sup> تحديد مصادر البيانات الرئيسية في التجارة
- تطبيق أفضل الممارسات لجودة البيانات وسلامتها<sup>١</sup>
- بناء بنية تحتية قوية لتخزين البيانات وتحليلها<sup>١</sup>
- استخدام تحليلات البيانات لتحسين تجربة العملاء<sup>١</sup>
- تخصيص العروض والتوصيات للمستخدمين<sup>١</sup>
- قياس أداء الحملات التسويقية باستخدام البيانات<sup>١</sup>
- تحسين مسارات التحويل ومعدلات الشراء<sup>١</sup>
- الإلكترونيات<sup>١</sup> التعامل مع تحديات البيانات الكبيرة في التجارة
- اتخاذ قرارات مبنية على البيانات لتعزيز النمو<sup>١</sup>

## منهجية الدورة التدريبية<sup>١</sup>



الإلكترونية. يتم مصممة لتمكين المشاركين من تطبيق أفضل ممارسات تتبنى هذه الدورة التدريبية منهجية عملية وتطبيقية، التي تشرح المفاهيم الأساسية، الأطر، تقديم المحتوى من خلال مزيج من المحاضرات إدارة البيانات في شركات التجارة ومحاكاة وورش العمل التطبيقية المكثفة التي تتيح للمشاركين والتقنيات المتعلقة ببيانات التجارة الإلكترونية، التفاعلية، مستوحاة من شركات تجارة إلكترونية سيناريوهات أعمال واقعية. سيشترك المتدربون في العمل على مجموعات بيانات حقيقية بينما تتيح قائمة على البيانات. يعزز العمل الجماعي مهارات ناجحة، مما يمكنهم من تحليل التحديات ووضع حلول دراسات حالة المدربين الخبراء. يحرص BIG BEN الجلسات التفاعلية فرصة لطرح الأسئلة وتلقي تغذية التعاون وتبادل الخبرات بين المتدربين، مباشرة. تهدف والمنصات المستخدمة في تحليلات التجارة الإلكترونية على استخدام الأدوات Training Center راجعة من متخصصين في إدارة بيانات التجارة هذه المنهجية إلى تزويد المشاركين بالمهارات لضمان اكتساب المتدربين خبرة عملية قيمة تدفع عجلة النمو والابتكار الإلكترونية، قادرين على تحويل البيانات إلى رؤى اللازمة ليصبحوا

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

### الإلكترونية. الوحدة الأولى: أساسيات إدارة البيانات في التجارة



- مقدمة لأهمية البيانات في التجارة الإلكترونية<sup>١</sup>
- العملاء<sup>١</sup> مصادر البيانات الرئيسية (تحليلات الويب، المبيعات،
- دورة حياة البيانات في بيئة التجارة الإلكترونية<sup>١</sup>
- تحديات البيانات الكبيرة في التجارة الإلكترونية<sup>١</sup>
- مبادئ حوكمة البيانات<sup>١</sup>
- أنواع البيانات (الكمية، النوعية)<sup>١</sup>
- القيم الأساسية للبيانات<sup>١</sup>

## الوحدة الثانية: جمع البيانات وتنظيمها<sup>١</sup>

- (CRM)<sup>١</sup> أدوات جمع البيانات (Google Analytics) أنظمة
- تصميم مستودعات البيانات وقواعد البيانات<sup>١</sup>
- تنظيف البيانات والتحقق من جودتها<sup>١</sup>
- توحيد وتكامل البيانات من مصادر متعددة<sup>١</sup>
- إدارة البيانات الوصفية ((Metadata)<sup>١</sup>
- تصنيف البيانات وتصنيفها<sup>١</sup>
- التخزين الآمن للبيانات<sup>١</sup>

## الوحدة الثالثة: تحليل البيانات لدعم الأداء<sup>١</sup>

- تحليلات سلوك العملاء ومسار الشراء<sup>١</sup>
- تحليلات المنتجات والمبيعات<sup>١</sup>
- تحليلات التسويق والحملات الإعلانية<sup>١</sup>
- تقييم أداء الموقع الإلكتروني<sup>١</sup>
- الإلكترونية<sup>١</sup> تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في التجارة
- استخدام أدوات التحليل (مثل Power BI، Tableau)<sup>١</sup>
- بناء التقارير ولوحات المعلومات ((Dashboards)<sup>١</sup>



## الوحدة الرابعة: تخصيص التجربة وتحسينها<sup>١</sup>

- التجزئة العملاء (Customer Segmentation)<sup>١</sup>
- تخصيص المحتوى والتوصيات<sup>١</sup>
- تحسين تجربة المستخدم (UX) بناءً على البيانات<sup>١</sup>
- اختبار A/B وتجارب التحسين<sup>١</sup>
- التعامل مع سلة التسوق المهجورة<sup>١</sup>
- (Conversion Rate Optimization) تحسين معدلات التحويل (Conversion Rate)<sup>١</sup>
- بناء ولاء العملاء من خلال البيانات<sup>١</sup>

## الوحدة الخامسة: مستقبل إدارة البيانات والنمو<sup>١</sup>

- المستقبلية<sup>١</sup> تحديات وفرص البيانات في التجارة الإلكترونية
- البيانات<sup>١</sup> دور الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في تحليل
- البيانات والأتمتة في التسويق<sup>١</sup>
- الإلكترونية<sup>١</sup> أخلاقيات البيانات وخصوصيتها في التجارة
- استراتيجيات النمو المبني على البيانات<sup>١</sup>
- الإلكترونية<sup>١</sup> دراسات حالة لشركات رائدة في إدارة بيانات التجارة
- وضع خطة عمل لتحسين إدارة البيانات<sup>١</sup>

## الأسئلة المتكررة<sup>١</sup>

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

لا توجد شروط مسبقة<sup>١</sup>

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



المدة إلى ٢٥٢٠- 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:

تستفيد بشكل فعال من الإلكترونيات، كيف يمكن للشركات الصغيرة والمتوسطة، في ظل التنافس المتزايد في سوق التجارة الحاجة إلى استثمارات ضخمة في البنية التحتية لإدارة البيانات لتعزيز نموها وتحقيق ميزة تنافسية، ذات الموارد المحدودة، أن والخبرات التقنية؟ دون

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



يوفر للمشاركين فهماً وعميقاً على تحديات وحلول إدارة البيانات في قطاع تتميز هذه الدورة التدريبية بتركيزها المتخصص البيانات لدفع عجلة النمو. يقدم BIG BEN Training استراتيجياً وعملياً لكيفية الاستفادة القصوى من التجارة الإلكترونية، مما العملي التحسين تجربة العملاء، لحكمة البيانات وتقنيات البيانات الكبيرة، مع محتوى متقدماً يجمع بين الأسس النظرية Center حالة الدورة بتغطيتها الشاملة لأدوات تحليلات التجارة تعزيز المبيعات، وتخصيص الحملات التسويقية. تبرز التركيز على التطبيق أفضل الممارسات. هذا واقعية وتمارين تطبيقية، مما يتيح للمشاركين اكتساب الإلكترونيّة الشائعة، بالإضافة إلى دراسات العميقة، بل أيضاً الكفاءات العملية النهج المتكامل يضمن أن يكتسب المتدربون ليس فقط خبرة عملية مباشرة في تطبيق أكثر ازدهاراً الإلكترونيّة، قادرين على تحويل أعمالهم نحو مستقبل اللازمة ليصبحوا قادة في مجال بيانات التجارة المعرفة