



توظيف الذكاء الاصطناعي لتعزيز حملات التسويق

30 مايو – 3 يونيو 2027

اسطنبول (تركيا)



توظيف الذكاء الاصطناعي لتعزيز حملات التسويق

المرجع: 120966_147775 التاريخ: 30 مايو - 3 يونيو 2027 المكان: اسطنبول (تركيا) الرسوم: Euro 5500

مقدمة:

في عصر يشهد تسارعًا رقميًا غير مسبوق، أصبح توظيف الذكاء الاصطناعي في التسويق ضرورة استراتيجية لا خيارًا تكميليًا. تهدف هذه الدورة التدريبية في إلى تزويد المتدربين بالمعرفة والمهارات اللازمة لفهم كيفية دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير حملات تسويقية أكثر ذكاءً وفعالية.

من خلال دورة توظيف الذكاء الاصطناعي لتعزيز حملات التسويق، سيتعرف المشاركون على أدوات تحليل البيانات، أتمتة العمليات، وتخصيص الرسائل التسويقية بما يعزز الأداء العام للحملات. تركز على تحويل البيانات الضخمة إلى رؤى قابلة للتنفيذ باستخدام تقنيات تعلم الآلة والتعلم العميق. كما ستغطي أحدث الابتكارات في الذكاء الاصطناعي التي تستخدمها الشركات الرائدة لتعزيز ولاء العملاء وزيادة معدلات التحويل.

توفر دورة توظيف الذكاء الاصطناعي لتعزيز حملات التسويق، تدريبًا عمليًا على إنشاء حملات تسويقية مدفوعة بالبيانات مع التركيز على التجربة الشخصية للعملاء. في النهاية، تهدف الدورة إلى تمكين المتدربين من قيادة التحول الرقمي في استراتيجيات التسويق باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة توظيف الذكاء الاصطناعي لتعزيز حملات التسويق، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء التسويق الرقمي والتقليدي.
- محللو البيانات في أقسام التسويق.
- مطورو الحملات التسويقية الرقمية.
- مختصو المحتوى الإعلاني.
- خبراء تجربة العملاء.
- المستشارون في التحول الرقمي.
- أصحاب المشاريع الناشئة.
- مسؤولو تحسين الأداء الإعلاني.
- العاملون في وكالات التسويق والإعلان.
- المدراء التنفيذيون في الشركات التقنية.
- محترفو وسائل التواصل الاجتماعي.

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج توظيف الذكاء الاصطناعي لتعزيز حملات التسويق:

- فهم عميق لتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- القدرة على تحليل البيانات التسويقية.
- استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتخصيص المحتوى.
- تصميم حملات قائمة على السلوك الرقمي.
- تطبيق الأتمتة في مراحل التسويق المختلفة.
- بناء استراتيجيات تعتمد على التحليل التنبؤي.
- تحسين الأداء الإعلاني باستخدام تقنيات ذكية.
- القدرة على توليد محتوى ذكي وجذاب.
- تحليل سلوك المستهلك باستخدام الخوارزميات.
- تنفيذ نماذج تعلم الآلة لدعم اتخاذ القرار.
- العمل مع أدوات تسويق مدفوعة بالذكاء الاصطناعي.

أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في توظيف الذكاء الاصطناعي لتعزيز حملات التسويق، سيكون المشاركون قادرين على:

- توضيح مفاهيم الذكاء الاصطناعي الأساسية في التسويق.
- تحليل بيانات العملاء لاستخلاص رؤى تسويقية دقيقة.
- تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين استهداف الجمهور.
- بناء حملات تسويقية قائمة على البيانات والسلوك الشرائي.
- دمج أدوات الأتمتة الذكية لتحسين كفاءة العمليات التسويقية.
- تطوير استراتيجيات تسويق مخصصة باستخدام نماذج التنبؤ.
- تصميم تجارب مستخدم محسنة بناءً على تحليلات الذكاء الاصطناعي.
- تقييم فعالية الحملات التسويقية اعتمادًا على مؤشرات أداء متقدمة.
- استخدام أدوات معالجة اللغة الطبيعية في فهم تفاعلات العملاء.
- تحسين محركات البحث والمحتوى الرقمي عبر الذكاء الاصطناعي.
- توليد محتوى تسويقي ذكي متوافق مع تفضيلات الجمهور المستهدف.
- تقويم الأثر الاستراتيجي لتوظيف الذكاء الاصطناعي في الحملات التسويقية.
- اتخاذ قرارات مدروسة استنادًا إلى التوقعات السلوكية والتحليل التنبؤي.
- تمكين المتدربين من بناء استراتيجيات تسويق تعتمد على التحسين المستمر.
- تعزيز الفهم التطبيقي لاستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التسويقية.
- ابتكار حملات تستند إلى النماذج الذكية لزيادة التفاعل ومعدل التحويل.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: مقدمة في الذكاء الاصطناعي والتسويق الرقمي:

- تعريف الذكاء الاصطناعي ومكوناته الأساسية.
- الفرق بين الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي والتعلم العميق.
- تطور استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال التسويق.
- أهمية البيانات في دعم الذكاء الاصطناعي التسويقي.
- استعراض أبرز أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التسويق.
- فهم دورة حياة الحملة التسويقية المدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- مقدمة في البيانات الضخمة وتحليلها التسويقي.
- دور الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء.
- الاتجاهات العالمية في استخدام الذكاء الاصطناعي التسويقي.

الوحدة الثانية: تحليل البيانات التسويقية وتوظيفها في اتخاذ القرار:

- تحديد مصادر البيانات التسويقية الداخلية والخارجية.
- أساليب جمع البيانات وتحضيرها للمعالجة.
- تقنيات تحليل البيانات لفهم سلوك العملاء.
- أدوات تصور البيانات واستخلاص الرؤى.
- بناء نماذج التنبؤ بالطلب والولاء.
- استخدام التحليل التنبؤي في تطوير الاستراتيجيات.
- مؤشرات الأداء التسويقية المدعومة بالبيانات.
- تقييم وتحسين جودة البيانات.
- الربط بين البيانات والتحسين المستمر للحملات.

الوحدة الثالثة: أتمتة الحملات التسويقية عبر الذكاء الاصطناعي:

- تعريف الأتمتة التسويقية ومجالات استخدامها.
- بناء حملات بريد إلكتروني آلية مخصصة.
- إنشاء سيناريوهات تسويقية تلقائية بناءً على سلوك المستخدم.
- أدوات إدارة العملاء المدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- جدولة المنشورات وتخصيص المحتوى عبر الوسائط الاجتماعية.
- استخدام روبوتات الدردشة في دعم الحملات.
- أتمتة تحليل الأداء وتوصيات التحسين.
- أدوات CRM الذكية في تعزيز التفاعل.
- قياس فعالية الأتمتة وتحقيق أقصى استفادة منها.

الوحدة الرابعة: إنشاء محتوى تسويقي ذكي وفعال:

- تقنيات توليد المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- أدوات كتابة النصوص التسويقية والتحرير الذكي.
- تحسين محركات البحث باستخدام التحليل الدلالي.
- تخصيص المحتوى حسب سمات الجمهور المستهدف.
- إنشاء محتوى تفاعلي ومدعوم بالبيانات.
- تحليل الأداء اللغوي للمحتوى على المنصات المختلفة.
- دمج الكلمات المفتاحية ذات الأداء العالي بطريقة طبيعية.
- استخدام تحليل المشاعر في تصميم الرسائل التسويقية.
- إنتاج محتوى صوتي ومرئي باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.

الوحدة الخامسة: استراتيجيات تسويق ذكية وتقييم الأداء:

- تصميم حملات تسويقية شاملة تعتمد على الذكاء الاصطناعي.
- اختيار قنوات التسويق المناسبة بناءً على التحليل.
- تقييم رحلة العميل وتحسين نقاط التفاعل.
- استخدام نماذج التعلم الآلي لتحسين الاستهداف.
- قياس مؤشرات الأداء الرئيسية KPI بدقة.
- تحديد العائد على الاستثمار ROI في الحملات الذكية.
- مراجعة وتحسين الاستراتيجيات التسويقية بمرونة.
- دراسة حالات واقعية ناجحة لتطبيق الذكاء الاصطناعي.
- بناء خارطة طريق لتطوير التسويق المستقبلي بالذكاء الاصطناعي.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

تمثل هذه الدورة منصة معرفية متكاملة لفهم وتطبيق الذكاء الاصطناعي في السياق التسويقي الحديث. تعزز الدورة من قدرات المشاركين على التخطيط والتنفيذ والتحليل عبر أدوات ذكية وممارسات معتمدة. ينصح المشاركون بتطبيق المفاهيم المكتسبة بشكل مباشر ضمن بيئات العمل الفعلية لتعزيز القيمة. ولتحقيق نتائج مستدامة، يجب مواصلة التعلم المستمر ومتابعة أحدث الاتجاهات في الذكاء الاصطناعي التسويقي.