MERCURY

الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ

6 – 10 سبتمبر 2027

بوسطن (الولايات المتحدة الامريكية)



Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ

المرجع: 120967_147837 **التاريخ:** 6 – 10 سبتمبر 2027 **المكان:** بوسطن (الولايات المتحدة الامريكية) **الرسوم:** 9500 Euro

مقدمة إلى الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ

في عصر تتسارع فيه التطورات التكنولوجية، أصبح الذكاء الاصطناعي عنصرًا حيويًا في صناعة التسويق الحديث. تهدف هذه الدورة التدريبية إلى تمكين المتدربين من فهم كيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتخصيص الرسائل التسويقية وزيادة كفاءة الحملات الإعلانية.

تستعرض دورة الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ، الأدوات والتقنيات التي تسمح بتحليل البيانات الضخمة وفهم سلوك المستهلكين بشكل دقيق. كما تسلط الضوء على استراتيجيات التنبؤ بالاتجاهات التسويقية المستقبلية من خلال نماذج التعلم الآلي. تتيح للمشاركين فرصة تطبيق المعرفة المكتسبة من خلال سيناريوهات واقعية ودراسات حالة حديثة.

سيتم تركيز البرنامج التدريبي في الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ، على أفضل الممارسات لتكامل الذكاء الاصطناعي ضمن استراتيجيات التسويق الشاملة. في النهاية، سيعزز من قدرة المسوّقين على اتخاذ قرارات مدروسة مبنية على البيانات.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء التسويق في الشركات والمؤسسات.
- المختصون في تحليل البيانات التسويقية.
- العاملون في مجال التسويق الرقمي.
- المطورون المهتمون بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- مسؤولو الحملات الإعلانية في المنصات الرقمية.
- أصحاب المشاريع الناشئة في المجال التقني.
- الباحثون عن تطبيق الذكاء الاصطناعي في التخصيص.
- المهتمون بتوقع سلوك العملاء وتحسين الاستجابة.
- طلاب وخريجو كليات الأعمال والتكنولوجيا.
- وكل من يسعى لتعزيز الأداء التسويقي من خلال البيانات.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم المبادئ الأساسية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق.
- تحليل البيانات السلوكية لتصميم حملات تسويقية مخصصة.
- تمييز الفرق بين أساليب التخصيص اليدوي وتلك المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.
- استخدام خوارزميات تعلم الآلة للتنبؤ بسلوك المستهلكين.
- تصميم استراتيجيات تسويقية تعتمد على توصيات آلية ذكية.
- تفسير نتائج النماذج التحليلية واتخاذ قرارات مبنية على البيانات.
- تطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي في أتمتة المحتوى والإعلانات.
- تقييم فعالية الحملات التسويقية عبر أدوات التحليل الذكية.
- بناء حملات تسويق رقمي مخصصة بناءً على تقسيم العملاء الذكي.
- توظيف الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العميل الرقمية.
- تطوير خطة تسويقية ديناميكية قابلة للتكيف مع المدخلات الآنية.
- تعزيز القدرات في استخدام أدوات مثل Vision AIg NLP لأغراض تسويقية.
- اكتساب المهارات اللازمة لاختيار أفضل تقنيات الذكاء الاصطناعي حسب السياق.
- تحسين مؤشرات الأداء التسويقي عبر تحليل البيانات اللحظية.
- إدارة التحديات الأخلاقية والتقنية في استخدام الذكاء الاصطناعي.

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ:

- التفكير التحليلي القائم على البيانات.
- بناء استراتيجيات تسويق مدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التخصيص والتنبؤ.
- تقييم فعالية الحملات التسويقية الذكية.
- إدارة البيانات الضخمة وتحليلها.
- تصميم نماذج تسويق تنبؤية دقيقة.
- تطوير المحتوى التسويقي المؤتمت.
- استخدام أدوات التعلم الآلي في التسويق الرقمي.
- تطبيق أخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في السوق.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: مدخل إلى الذكاء الاصطناعي في التسويق:

- تعريف الذكاء الاصطناعي وتطوره في السياق التسويقي.
- أهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات التسويق.
- المفاهيم الأساسية: تعلم الآلة، تحليل البيانات، معالجة اللغة الطبيعية.
- مقارنة بين التسويق التقليدي والتسويق المعزز بالذكاء الاصطناعي.
- أمثلة تطبيقية على استخدام الذكاء الاصطناعي في الشركات العالمية.
- فرص وتحديات دمج الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي.
- المفاهيم الأساسية لتخصيص المحتوى التفاعلي.
- دور الذكاء الاصطناعي في تجربة المستخدم.
- التوجهات العالمية في الذكاء الاصطناعي التسويقي.

الوحدة الثانية: تخصيص المحتوى والإعلانات باستخدام الذكاء الاصطناعي:

- تقنيات تحليل البيانات السلوكية للمستخدمين.
- أدوات التخصيص الديناميكي للمحتوى.
- تصميم حملات تسويقية قائمة على الذكاء الاصطناعي.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في التوصيات الشخصية.
- خوارزميات التصنيف والتجميع في التسويق.
- تخصيص الرسائل عبر البريد الإلكتروني والمنصات الاجتماعية.
- دمج الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقات العملاء CRM.
- تحليل رحلة العميل وتحسين نقاط التفاعل.
- دراسة حالة: تخصيص تجربة مستخدم في منصة تجارة إلكترونية.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الثالثة: التنبؤ بسلوك المستهلكين باستخدام التعلم الآلي:

- المفاهيم الأساسية للتعلم الآلي في التسويق.
- بناء نماذج تنبؤية لفهم نية الشراء.
- تحليل الاتجاهات الموسمية وسلوكيات الشراء.
- استخدام الانحدار اللوجستي في تحليل الاستجابة.
- الشبكات العصبية وتطبيقاتها في التنبؤ التسويقي.
- تحليل الميول وتوقع الولاء للعلامة التجارية.
- التحقق من دقة النماذج وتحسينها.
- التعامل مع مجموعات بيانات غير متوازنة.
- حالات تطبيقية على توقع سلوك العملاء.

الوحدة الرابعة: أدوات الذكاء الاصطناعي لتسويق رقمي متطور:

- استعراض أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في التسويق.
- روبوتات الدردشة Chatbots ودورها في التفاعل الفوري.
- أدوات توليد المحتوى التلقائي وتحسينه لمحركات البحث.
- استخدام الرؤية الحاسوبية في الحملات البصرية.
- أدوات تحليل المشاعر على وسائل التواصل الاجتماعي.
- أدوات إدارة الحملات الذكية في Metag Google.
- قياس الأداء التسويقي باستخدام ذكاء الأعمال.
- الأتمتة الذكية لسير العمل في التسويق.
- أدوات مراقبة العلامة التجارية باستخدام الذكاء الاصطناعي.

الوحدة الخامسة: تصميم استراتيجية تسويق شاملة مدعومة بالذكاء الاصطناعي:

- خطوات بناء استراتيجية تسويقية ذكية.
- اختيار الأدوات والتقنيات الملائمة للأهداف.
- دمج الذكاء الاصطناعي ضمن دورة حياة العميل.
- إعداد مؤشرات الأداء KPIs المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.
- تطوير محتوى تسويقي مخصص ومؤتمت.
- توزيع الميزانية التسويقية حسب التحليل التنبؤي.
- التكيف مع المتغيرات السوقية من خلال البيانات اللحظية.
- إدارة التحديات الأخلاقية والخصوصية في التسويق الذكي.
- إعداد خطة تنفيذية قابلة للقياس والتحسين المستمر.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

تمكن دورة الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ، المشاركين من بناء فهم عملي شامل لاستخدام الذكاء الاصطناعي في مجالي التخصيص والتنبؤ التسويقي. تتيح لهم الأدوات والمعرفة المكتسبة تصميم حملات تسويقية أكثر فعالية وتفاعلية. ينصح بتطبيق ما تعلمه المشاركون في سياقات حقيقية لتعزيز الأثر المهني. كما يُوصى بمتابعة التطورات المستمرة في الذكاء الاصطناعي لمواكبة المنافسة السوقية.