MERCURY

تحليل البيانات التسويقية باستخدام الذكاء الاصطناعي

25 – 29 يناير 2027

بوسطن (الولايات المتحدة الامريكية)



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

MERCURY

تحليل البيانات التسويقية باستخدام الذكاء الاصطناعي

المرجع: 120969_147923 **التاريخ:** 25 – 29 يناير 2027 **المكان:** بوسطن (الولايات المتحدة الامريكية) **الرسوم:** 9500 Euro

مقدمة:

تشهد بيئة الأعمال الرقمية تطوراً سريعاً، مما يستدعي اعتماد أساليب متقدمة في تحليل البيانات التسويقية لاتخاذ قرارات استراتيجية دقيقة. تهدف دورة تحليل البيانات التسويقية باستخدام الذكاء الاصطناعي، إلى تمكين المشاركين من استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في فهم وتحليل البيانات التسويقية بكفاءة عالية.

تغطي الدورة التدريبية في تحليل البيانات التسويقية باستخدام الذكاء الاصطناعي، المفاهيم الأساسية والمتقدمة المتعلقة بجمع البيانات، معالجتها، وتحليلها لاكتساب رؤى تسويقية قابلة للتنفيذ. سيتم التركيز على كيفية توظيف نماذج التعلم الآلي والتعلم العميق في تفسير سلوك العملاء وتوقع الاتجاهات المستقبلية.

كما توفر دورة تحليل البيانات التسويقية باستخدام الذكاء الاصطناعي، خبرة تطبيقية في استخدام البرمجيات الحديثة في تحليل البيانات التسويقية، مما يساهم في تحسين الحملات التسويقية وزيادة العائد على الاستثمار. وتستعرض أيضاً أفضل الممارسات العالمية في هذا المجال لتعزيز التفكير التحليلي واتخاذ القرار المبني على البيانات. تم تصميم محتوى الدورة بما يتوافق مع احتياجات السوق وضمان الاستفادة العملية المباشرة.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة تحليل البيانات التسويقية باستخدام الذكاء الاصطناعي، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء التسويق والرؤساء التنفيذيون لقسم التسويق.
- محللو البيانات المهتمون بالقطاع التسويقي.
- المتخصصون في إدارة الحملات الرقمية.
- مطورو نظم ذكاء الأعمال في الشركات.
- موظفو أقسام التحليل والإحصاء.
- الباحثون في مجالات تحليل سلوك المستهلك.
- مسؤولو تطوير الأعمال وتحسين الأداء.
- المهتمون بتعلم أدوات الذكاء الاصطناعي التسويقي.
- حديثو التخرج في مجالات التسويق وعلوم البيانات.
- رواد الأعمال الذين يسعون لفهم السوق من خلال البيانات.

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

MERCURY

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج تحليل البيانات التسويقية باستخدام الذكاء الاصطناعي:

- فهم عميق لمفاهيم تحليل البيانات التسويقية.
- مهارات تحليلية متقدمة في تطبيق الذكاء الاصطناعي.
- القدرة على التعامل مع أدوات التحليل الحديثة.
- التميز في تفسير نتائج البيانات لاتخاذ قرارات فعالة.
- كفاءة في تصميم النماذج التنبؤية للسوق.
- القدرة على إعداد لوحات تحليلية تسويقية تفاعلية.
- المهارة في تحليل سلوك العملاء بناءً على البيانات.
- الاحتراف في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التسويق.
- فهم طرق تحسين الحملات التسويقية بالاعتماد على التحليلات.
- تطبيق رؤى مستندة إلى البيانات في استراتيجيات التسويق الرقمي.

أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في تحليل البيانات التسويقية باستخدام الذكاء الاصطناعي، سيكون المشاركون قادرين على:

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

- تعريف المتدربين بمفاهيم تحليل البيانات التسويقية المتقدمة.
- شرح كيفية دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في عمليات التسويق.
- تمكين المشاركين من جمع البيانات من مصادر متعددة بفعالية.
- تدريبهم على تنظيف البيانات وتحضيرها للتحليل.
- تطوير القدرة على تفسير الأنماط السلوكية للمستهلكين.
- تعليم كيفية بناء نماذج توقعات تسويقية دقيقة.
- رفع كفاءة اتخاذ القرارات المبنية على تحليل البيانات.
- تطبيق أدوات التحليل الحديثة لتحسين الحملات الرقمية.
- تعزيز المهارات في تحليل الاتجاهات السوقية المستقبلية.
- استخدام خوارزميات تعلم الآلة لتصنيف وتحليل العملاء.
- تقوية الفهم العملي لاستخدام أدوات مرئية لعرض البيانات.
- تدريب المشاركين على تصميم لوحات قيادة تفاعلية باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- تنمية قدرة المشاركين على التعامل مع البيانات الضخمة Big Data.
- تطوير استراتيجيات تسويقية تعتمد على الرؤى المستخرجة من البيانات.
- تشجيع استخدام التحليلات التنبؤية في إدارة الأداء التسويقي.
- إعداد المتدربين لتبني نهج علمي في قرارات التسويق الرقمي.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: أساسيات تحليل البيانات التسويقية:

- تعريف تحليل البيانات التسويقية ودوره في تعزيز استراتيجيات التسويق.
- مصادر البيانات التسويقية: الداخلية والخارجية.
- الفرق بين البيانات الكمية والنوعية.
- أدوات وأساسيات جمع البيانات التسويقية.
- مراحل دورة حياة البيانات التسويقية.
- مقدمة في أدوات تحليل البيانات مثل Python، Excel، Rg.
- كيفية إعداد قواعد بيانات جاهزة للتحليل.
- المؤشرات التسويقية الرئيسية التي يجب تتبعها.
- أهمية البيانات في اتخاذ القرار التسويقي.

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

MERCURY

الوحدة الثانية: الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في التسويق:

- المفهوم العام للذكاء الاصطناعي وأقسامه.
- مقدمة في تعلم الآلة والتعلم العميق.
- استخدام خوارزميات التصنيف والتجميع في التسويق.
- بناء نماذج التنبؤ بسلوك العملاء.
- تحليل المشاعر Sentiment Analysis في تقييم الحملات.
- أدوات الذكاء الاصطناعي الشائعة في التحليلات التسويقية.
- استخدام تقنيات معالجة اللغة الطبيعية NLP لفهم تعليقات العملاء.
- آليات أتمتة التحليلات التسويقية.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العميل.

الوحدة الثالثة: تحليل الحملات التسويقية الرقمية:

- جمع وتحليل بيانات الإعلانات عبر المنصات المختلفة.
- مؤشرات أداء الحملات CTR, CPC, ROAS.
- تتبع الرحلة الرقمية للعميل Customer Journey.
- أدوات تتبع وتحليل الحملات Google Analytics, Meta Ads Manager.
- قياس تأثير الحملات باستخدام النماذج السببية.
- الربط بين قنوات التسويق المختلفة وتحليلها.
- تحليل العائد من الاستثمار التسويقي باستخدام النماذج الإحصائية.
- إنشاء تقارير تفصيلية لأداء الحملات التسويقية.
- تحسين الحملات اعتمادًا على التحليلات التنبؤية.

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

MERCURY

الوحدة الرابعة: التحليل المتقدم لسلوك العملاء:

- جمع بيانات تفاعل العملاء من مختلف القنوات.
- تحليل بيانات نقاط التماس المختلفة Omnichannel Analysis.
- بناء نماذج تصنيف العملاء حسب القيمة أو الولاء.
- تحليل معدل الاحتفاظ بالعملاء وتقليل التسرب.
- استخدام تحليل المجموعات Cluster Analysis لتحديد الشرائح.
- تحليل دوافع الشراء وسلوك البحث عن المنتجات.
- بناء ملفات تعريف العملاء Persona Profiles باستخدام البيانات.
- تحليل البيانات الطولية لفهم التغيرات السلوكية.
- استخدام البيانات لتخصيص العروض والخدمات التسويقية.

الوحدة الخامسة: أدوات وتقنيات متقدمة في تحليل البيانات التسويقية:

- استخدام Tableaug Power BI في عرض التحليلات.
- ربط قواعد البيانات بمصادر البيانات التسويقية.
- تنفيذ التحليلات التنبؤية باستخدام Scikit-Learn و TensorFlow.
- تنفيذ التحليلات باستخدام أدوات NoSQL و Big Data.
- تصميم لوحات القيادة التسويقية باستخدام أدوات ذكاء الأعمال.
- استخدام الذكاء الاصطناعي لتحديد الاتجاهات السوقية.
- نمذجة سلوك المستهلك باستخدام التحليلات الإحصائية.
- تحليل نصوص تقييم العملاء وتحويلها إلى مؤشرات كمية.
- أتمتة تقارير التسويق الأسبوعية والربع سنوية باستخدام أدوات ذكية.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

توفر دورة تحليل البيانات التسويقية باستخدام الذكاء الاصطناعي، مزيجاً متكاملاً بين المعرفة النظرية والتطبيق العملي في تحليل البيانات التسويقية باستخدام الذكاء الاصطناعي. تم تصميم المحتوى بما يتلاءم مع متطلبات السوق الحديثة لتمكين المشاركين من بناء قرارات تسويقية دقيقة تعتمد على البيانات. ينصح بتطبيق المهارات المكتسبة في بيئة العمل الفعلية وتحديثها باستمرار حسب تطورات التكنولوجيا. كما يُوصى بالاستمرار في التعلم الذاتي لاكتساب أدوات تحليل جديدة تعزز من التميز المهني.