MERCURY

تحليل السوق وصنع القرار التسويقي بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي

9 – 13 مايو 2027

القاهرة (مصر)



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

MERCURY

تحليل السوق وصنع القرار التسويقي بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي

المرجع: 148163_120975 **التاريخ:** 9 – 13 مايو 2027 **المكان:** القاهرة (مصر) **الرسوم:** Euro 4000

مقدمة:

يشهد عالم الأعمال تحولات سريعة بفعل الثورة الرقمية، وأصبح الذكاء الاصطناعي أداة لا غنى عنها في تحليل البيانات واتخاذ القرارات التسويقية. تهدف دورة تحليل السوق وصنع القرار التسويقي بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي، إلى تمكين المشاركين من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لفهم السوق بشكل أعمق، وتحديد اتجاهات المستهلكين، وتحسين استراتيجيات التسويق.

تعتمد الدورة التدريبية في تحليل السوق وصنع القرار التسويقي بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي، على مقاربات عملية لدراسة السلوك الاستهلاكي وأنماط السوق باستخدام أدوات تحليل البيانات الذكية. سيتمكن المشاركون من تحليل الأسواق بشكل دقيق واتخاذ قرارات مبنية على بيانات موثوقة بدلاً من التقديرات أو الحدس.

تسلط دورة تحليل السوق وصنع القرار التسويقي بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي، الضوء على التكامل بين تحليل البيانات وعلوم التسويق لتوجيه الخطط التسويقية الاستراتيجية. كما توفر تدريبًا عمليًا على النماذج التنبؤية والتجزئة الذكية للسوق. في النهاية، تُعد نقلة نوعية للمهنيين الراغبين في تعزيز قدراتهم في التسويق الحديث المعتمد على البيانات والذكاء الاصطناعي.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة تحليل السوق وصنع القرار التسويقي بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء التسويق الرقمي في الشركات والمؤسسات.
- محللو السوق وباحثو التسويق في الشركات التجارية.
- مسؤولو تطوير الأعمال وتحليل الاتجاهات.
- المدراء التنفيذيون الراغبون في توسيع رؤيتهم التسويقية.
- موظفو أقسام البيانات وتحليل الأداء في الشركات.
- مسؤولو الحملات الإعلانية ومقدمو الحلول التسويقية الرقمية.
- الأكاديميون وطلبة الدراسات العليا في التسويق وإدارة الأعمال.
- العاملون في شركات الذكاء الاصطناعي المهتمون بالقطاع التسويقي.
- الاستشاريون في مجالات التحول الرقمي والتسويق الذكي.
- الراغبون في تطوير مهاراتهم لاتخاذ قرارات تسويقية مبنية على التحليل الذكي.

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 السوق وصنع القرار التسويقي بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي:

- القدرة على استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في تحليل الأسواق.
- مهارة التعامل مع البيانات الضخمة وتنقيحها لأغراض تسويقية.
- الكفاءة في تفسير الأنماط السلوكية للمستهلكين.
- التمكن من تصميم حملات تسويقية قائمة على تحليل ذكي.
- القدرة على التنبؤ باتجاهات السوق والتغيرات المحتملة.
- الفهم المتقدم لتقنيات التحليل التنبئي في السياق التسويقي.
- القدرة على اتخاذ قرارات تسويقية سريعة ودقيقة.
- التعامل الاحترافي مع أدوات تحليل الأداء التسويقي.
- الكفاءة في إعداد لوحات البيانات التفاعلية وتقارير الأعمال الذكية.

أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في تحليل السوق وصنع القرار التسويقي بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي، سيكون المشاركون قادرين على:

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

- تحليل البيانات التسويقية الضخمة لاستخلاص أنماط السلوك الشرائي.
- تقييم أدوات الذكاء الاصطناعي المناسبة لاتخاذ قرارات تسويقية استراتيجية.
- صياغة نماذج تحليل السوق باستخدام تقنيات التعلم الآلي.
- تحديد فرص النمو بناءً على التحليلات السوقية التنبؤية.
- تصميم حملات تسويقية رقمية تستند إلى بيانات دقيقة وتقسيمات ذكية.
- تفسير المؤشرات الرقمية لاختبار فعالية الأنشطة التسويقية.
- اتخاذ قرارات تسويقية مدروسة وفقاً لنتائج التحليل التنبئي.
- تنظيم البيانات التسويقية وتصنيفها لاستخدامها في تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
- تطوير استراتيجيات تسويق رقمية متكاملة قائمة على التحليل الواقعي.
- اختيار القنوات التسويقية الأنسب بناءً على تحليلات سلوك الجمهور.
- إدارة وتقييم أداء الحملات التسويقية باستخدام أدوات تحليل ذكية.
- التنبؤ بتحولات السوق المستقبلية من خلال النماذج الاحتمالية.
- تعزيز جودة صنع القرار التسويقي عبر الذكاء المدعوم بالبيانات.
- معالجة البيانات غير المهيكلة لاستخلاص رؤى تسويقية جديدة.
- إعداد تقارير تحليلية تسويقية تدعم اتخاذ القرار في الوقت الحقيقي.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: مدخل إلى تحليل السوق وصنع القرار التسويقي بالذكاء الاصطناعي:

- تعريف الذكاء الاصطناعي ودوره في التسويق الحديث.
- تطور تقنيات تحليل السوق من النماذج التقليدية إلى الذكية.
- الفرق بين التحليل الوصفي والتنبئي في السياق التسويقي.
- دورة حياة البيانات في بيئة الأعمال الرقمية.
- أدوات الذكاء الاصطناعي الأساسية المستخدمة في التسويق.
- أهمية القرارات التسويقية المستندة إلى البيانات.
- التكامل بين الاستراتيجيات التسويقية والتحليل الذكي.
- كيف يحوّل الذكاء الاصطناعي البيانات الخام إلى قرارات فعّالة.
- دراسات حالة تطبيقية توضح النجاح في استخدام الذكاء الاصطناعي.

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

MERCURY

الوحدة الثانية: أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل السوق:

- استكشاف أدوات تحليل البيانات الضخمة Big Data.
- استخدام التعلم الآلي Machine Learning في تحليل السوق.
- تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بسلوك المستهلك.
- تقنيات معالجة اللغة الطبيعية NLP في دراسة آراء العملاء.
- النماذج التنبؤية لاتجاهات السوق والطلب.
- أدوات تصنيف وتجميع البيانات السوقية.
- برمجيات تحليل الأسواق مثل Power BI Google Analyticsg Tableaug.
- منهجية بناء خوارزميات تسويق تعتمد على الذكاء الاصطناعي.
- تحليل المشاعر ومراقبة السمعة الرقمية باستخدام الذكاء الاصطناعي.

الوحدة الثالثة: تحليل السوق لاتخاذ قرارات تسويقية استراتيجية:

- خطوات تحليل السوق الذكي بالتكامل مع أنظمة البيانات.
- استخراج المعلومات المفيدة من قواعد البيانات التسويقية.
- تحليل المنافسة وتحديد نقاط القوة والفرص باستخدام الخوارزميات.
- تقسيم السوق Market Segmentation بناء على التحليل الذكي.
- استخدام النماذج الاحتمالية لتوقع الطلب.
- مؤشرات الأداء التسويقي الذكية وكيفية تفسيرها.
- دعم اتخاذ القرار عبر لوحات تحكم تفاعلية Dashboards.
- دراسة الجدوى التسويقية باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- كيفية قياس عائد الاستثمار التسويقي من خلال التحليل الذكي.

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

MERCURY

الوحدة الرابعة: بناء حملات تسويقية تعتمد على التحليل الذكي:

- تصميم الحملات التسويقية استنادًا لتحليلات متقدمة.
- اختيار الفئات المستهدفة بدقة من خلال نماذج التصنيف.
- بناء محتوى تسويقي مخصص استنادًا للسلوك الرقمي.
- التخصيص الآلي للتوصيات والعروض التسويقية.
- توقيت الحملات وتحسين الأداء عبر التنبؤ الذكي.
- قياس تأثير الحملة التسويقية وتحسينها المستمر بالذكاء الاصطناعي.
- استخدام تحليلات القنوات التسويقية الرقمية Omnichannel Analytics.
- استراتيجيات الاستجابة التلقائية لتحفيز العملاء المحتملين.
- أتمتة الحملات التسويقية وتحليل نتائجها في الوقت الفعلي.

الوحدة الخامسة: الاتجاهات المستقبلية وتكامل الذكاء الاصطناعي في التسويق:

- مستقبل الذكاء الاصطناعي في عالم التسويق الرقمي.
- الذكاء الاصطناعي التوليدي ودوره في المحتوى التسويقي.
- التحول من التسويق التقليدي إلى التسويق المعزز بالذكاء.
- التحديات الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق.
- الحوكمة والتحكم في الخوارزميات التسويقية.
- الذكاء الاصطناعي في تخصيص تجربة العميل.
- دمج الذكاء الاصطناعي مع استراتيجيات CRM الحديثة.
- دور تقنيات الواقع المعزز في تعزيز الحملات الذكية.
- بناء مؤشرات استراتيجية لتوجيه مستقبل التسويق المؤسسي.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

يمثل الذكاء الاصطناعي حجر الزاوية في إعادة تشكيل أساليب تحليل السوق وصنع القرار التسويقي في العصر الرقمي. من خلال هذه الدورة، يتزود المشاركون بالمعرفة والأدوات اللازمة لتحويل البيانات إلى قرارات تسويقية دقيقة وفعالة. توفر الدورة تطبيقات عملية تُحاكي البيئة السوقية الحقيقية لتعزيز التعلم التطبيقي. يوصى بالاستمرار في استكشاف أدوات الذكاء الاصطناعي المستحدثة لتحقيق التميز في الأداء التسويقي المؤسسي.