MERCURY

الذكاء الاصطناعي وتحوّل استراتيجيات التسويق الرقمي

19 – 23 أبريل 2027

روما (إيطاليا)



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

MERCURY

الذكاء الاصطناعي وتحوّل استراتيجيات التسويق الرقمي

المرجع: 188034_120965 **التاريخ:** 19 – 23 أبريل 2027 **المكان:** روما (إيطاليا) **الرسوم:** 7200 Euro

مقدمة:

يشهد عالم التسويق الرقمي تحوّلات جذرية بفضل تطوّر تقنيات الذكاء الاصطناعي، التي باتت تشكل جوهر الابتكار في الحملات التسويقية الحديثة. تهدف هذه الدورة التدريبية في الذكاء الاصطناعي وتحوّل استراتيجيات التسويق الرقمي، إلى تزويد المتدربين بفهم عميق لكيفية توظيف الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة الأداء التسويقي وتحقيق عائد أعلى على الاستثمار. ستُعرض الأدوات والأساليب التحليلية التي يعتمدها الذكاء الاصطناعي في تحديد سلوك المستهلك وتخصيص المحتوى.

كما تتناول دورة الذكاء الاصطناعي وتحوّل استراتيجيات التسويق الرقمي، استراتيجيات استخدام الأتمتة، وتعلّم الآلة، وتحليل البيانات الضخمة في السياقات التسويقية المختلفة. تركز الدورة على تطبيقات الذكاء الاصطناعي العملية لتعزيز تجربة العملاء وتحقيق النمو المستدام. يستفيد المشاركون من نماذج تسويقية ذكية تعتمد على تحليلات تنبؤية وتخصيص تلقائي. سيكون لدى المشاركين القدرة على إعادة تصميم استراتيجيات التسويق الرقمي بما يتماشى مع الثورة التقنية الحديثة.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة الذكاء الاصطناعي وتحوّل استراتيجيات التسويق الرقمي، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء التسويق في الشركات والمؤسسات.
- مسؤولو الحملات التسويقية الرقمية.
- محللو البيانات ومختصو التحليلات التسويقية.
- رواد الأعمال والمشرفون على المتاجر الإلكترونية.
- مطورو المحتوى الاستراتيجي وكتّاب الإعلانات.
- مختصو التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- العاملون في أقسام تطوير المنتجات والتجربة الرقمية.
- مسؤولو تطوير الأعمال والتخطيط الاستراتيجي.
- الراغبون بالتحوّل الرقمي وتعزيز مهاراتهم في الذكاء الاصطناعي.

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 وتحوّل استراتيجيات التسويق الرقمي، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على التحولات في استراتيجيات التسويق الرقمي.
- تحديد أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي المخصصة للتحليل التسويقي.
- تطبيق مفاهيم التعلم الآلي في تصميم حملات تسويقية ذكية.
- تقييم فعالية الأتمتة في إدارة الحملات وتحقيق أهداف العلامة التجارية.
- تطوير خطط تسويق رقمي متقدمة مبنية على البيانات وتحليل الاتجاهات.
- تعزيز قدرة المتدرب على التنبؤ بسلوك العملاء باستخدام نماذج الذكاء الاصطناعي.
- تحسين استراتيجيات استهداف الجمهور وتخصيص المحتوى باستخدام التحليلات التنبؤية.
- تصميم أنظمة تسويقية تعتمد على الذكاء الاصطناعي لزيادة الكفاءة وتقليل التكاليف.
- تنفيذ استراتيجيات التفاعل الآلي مع العملاء وتحسين تجربة المستخدم.
- دمج الذكاء الاصطناعي في آليات جمع وتحليل البيانات التسويقية بشكل منهجي.
- توظيف حلول الذكاء الاصطناعي لتحسين أداء القنوات الرقمية المختلفة.
- صياغة استراتيجيات متكاملة تربط الذكاء الاصطناعي بأهداف النمو والتوسع الرقمي.

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج الذكاء الاصطناعي وتحوّل استراتيجيات التسويق الرقمي:

- التفكير التحليلي في إدارة البيانات التسويقية.
- الإلمام بتقنيات الذكاء الاصطناعي المطبقة في التسويق الرقمي.
- المهارة في استخدام أدوات التحليل التنبؤي وتعلم الآلة.
- القدرة على تطوير خطط تسويق مبنية على البيانات.
- فهم العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وسلوك المستهلك الرقمي.
- الكفاءة في تخصيص المحتوى وتحسين تجربة المستخدم.
- القدرة على تقييم أداء الحملات باستخدام مؤشرات ذكية.
- تصميم حملات رقمية مبتكرة تعتمد على الأتمتة.
- استخدام البرمجيات الحديثة في تحليل 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 والتحوّل الرقمي في التسويق:

- تعريف الذكاء الاصطناعي ومفاهيمه الأساسية في مجال التسويق.
- استعراض تطورات الذكاء الاصطناعي في البيئة الرقمية.
- الفرق بين الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في السياق التسويقي.
- علاقة التحول الرقمي بتطور أدوات التسويق الحديثة.
- أبرز الاتجاهات في استخدام الذكاء الاصطناعي للتسويق الذكي.
- كيف يعيد الذكاء الاصطناعي تشكيل دورة حياة العميل الرقمي؟
- أمثلة تطبيقية على دمج الذكاء الاصطناعي في العلامات التجارية الكبرى.
- دور الذكاء الاصطناعي في تطوير قنوات التسويق الرقمي.
- تحديات التبني الرقمي في بيئات العمل التقليدية.

الوحدة الثانية: أدوات الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات التسويقية:

- استكشاف الأدوات الذكية لمعالجة وتحليل البيانات الضخمة.
- تطبيقات التحليل التنبؤي في توقع سلوك المستهلك.
- آليات التعلم الآلي في تصنيف وتجزئة العملاء.
- استخدام تقنيات المعالجة اللغوية الطبيعية NLP لفهم توجهات الجمهور.
- تقييم فعالية الأداء التسويقي من خلال مؤشرات ذكية.
- أدوات لوحة القيادة الذكية ومراقبة الأداء الرقمي.
- تحويل البيانات إلى رؤى استراتيجية قابلة للتنفيذ.
- دمج الذكاء الاصطناعي في أدوات التسويق مثل Google Analytics.
- أمن البيانات وخصوصية العملاء في سياق الذكاء الاصطناعي.

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

MERCURY

الوحدة الثالثة: أتمتة الحملات التسويقية باستخدام الذكاء الاصطناعي:

- مفهوم الأتمتة التسويقية ودورها في تحسين الكفاءة.
- بناء روبوتات المحادثة Chatbots لتفاعل العملاء.
- تخصيص الرسائل التسويقية بناءً على السلوك الرقمي.
- ضبط المحتوى التفاعلي في الوقت الفعلي باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- أتمتة رسائل البريد الإلكتروني وحملات إعادة الاستهداف.
- تقنيات الذكاء الاصطناعي في اختيار القنوات الرقمية المناسبة.
- تحسين جدولة المحتوى ونشره على وسائل التواصل.
- قياس الأثر الفوري للحملات المؤتمتة على تجربة العميل.
- أمثلة على أدوات التسويق الآلي القائمة على الذكاء الاصطناعي.

الوحدة الرابعة: بناء استراتيجيات تسويق رقمي مدفوعة بالذكاء الاصطناعي:

- تحليل السوق الرقمية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- تطوير شخصية العميل الرقمية Buyer Persona بدقة أكبر.
- تصميم رحلة العميل الرقمية القائمة على البيانات.
- تحسين محركات البحث باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- دمج الذكاء الاصطناعي في التسويق عبر محركات البحث والإعلانات.
- بناء حملات تسويقية مخصصة حسب تفضيلات الجمهور.
- تحديد التوقيت الأمثل للنشر والمحتوى من خلال الذكاء الاصطناعي.
- تحسين العائد على الاستثمار باستخدام توصيات ذكية.
- استراتيجيات التوسع الرقمي المدعومة بالتقنيات الحديثة.

الوحدة الخامسة: تحديات وفرص الذكاء الاصطناعي في التسويق المستقبلي:

- التعرف على التحديات الأخلاقية في استخدام الذكاء الاصطناعي.
- أثر الذكاء الاصطناعي على وظائف ومهارات فرق التسويق.
- الموازنة بين التدخل البشري والأنظمة الذكية في التسويق.
- تقنيات الذكاء الاصطناعي الناشئة وتأثيرها المستقبلي.
- فرص الابتكار الرقمي في بيئات تنافسية عالية.
- بناء ثقافة الابتكار واستعداد المؤسسة للتحوّل الرقمي.
- استخدام النماذج التنبؤية في تحليل الاتجاهات السوقية.
- استكشاف نماذج التسويق المؤتمت بالكامل Autonomous Marketing.
- مستقبل العلاقة بين العميل والعلامة التجارية في ظل الذكاء الاصطناعي.

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

MERCURY

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

تشير نتائج الدورة إلى أهمية تكامل الذكاء الاصطناعي في البنية التسويقية للمنظمات الحديثة. أثبتت الأدوات الذكية كفاءتها في تحسين الاستهداف وتحقيق نتائج تسويقية دقيقة. من الضروري الاستمرار في مواكبة التطورات التقنية لضمان استدامة الأداء التسويقي. نوصي بوضع خطط استراتيجية تعتمد على التحليلات الذكية ودمج الذكاء الاصطناعي بشكل تدريجي ومدروس.