MERCURY

تحليل الاتجاهات الرقمية

21 – 25 فبراير 2027

المنامة (البحرين)



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

MERCURY

تحليل الاتجاهات الرقمية

المرجع: 189832_121486 **التاريخ:** 21 – 25 فبراير 2027 **المكان:** المنامة (البحرين) **الرسوم:** Euro 4900

مقدمة

تهدف هذه الدورة التدريبية في تحليل الاتجاهات الرقمية، إلى تمكين المشاركين من فهم التحولات الرقمية المتسارعة وكيفية قراءتها بطريقة منهجية تدعم اتخاذ القرار المؤسسي. تركز على بناء القدرة التحليلية لاكتشاف الأنماط الرقمية وتفسير سلوك المستخدمين في البيئات الإلكترونية المختلفة. تزوّد المتدربين بأساليب عملية لاستخدام أدوات تحليل البيانات الرقمية في تقييم الأداء وتوقع الاتجاهات المستقبلية. كما تغطي المفاهيم الحديثة في تحليل البيانات الضخمة واتجاهات السوق الرقمي بما يعزز التفكير الاستراتيجي. وسيتم التركيز على ربط التحليل الرقمي بالأهداف التسويقية والتنافسية للمؤسسات. وسيصبح المتدرب قادراً على تحويل البيانات الرقمية إلى رؤى قابلة للتنفيذ تدعم النمو والابتكار.

الفئات المستهدفة

تستهدف دورة تحليل الاتجاهات الرقمية، الفئات والمحترفين لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء التسويق الرقمي.
- محللو البيانات المبتدئون.
- مختصو التسويق الإلكتروني.
- مسؤولو التخطيط الاستراتيجي.
- رواد الأعمال في المجال الرقمي.
- موظفو تطوير الأعمال.
- العاملون في التجارة الإلكترونية.
- الباحثون في تحليل سلوك المستخدم.
- مسؤولو المحتوى الرقمي.
- كل من يسعى لفهم اتجاهات السوق الرقمية.

أهداف الدورة التدريبية

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في تحليل الاتجاهات الرقمية، سيكون المشاركون قادرين على:

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

- توضيح مفهوم تحليل الاتجاهات الرقمية وأهميته المؤسسية.
- تمكين المشاركين من قراءة البيانات الرقمية بدقة.
- تطوير القدرة على اكتشاف الأنماط الرقمية المتكررة.
- تعزيز مهارات تحليل بيانات التسويق الرقمي.
- تمكين المتدرب من تفسير سلوك المستخدم عبر المنصات الرقمية.
- رفع كفاءة استخدام أدوات تحليل البيانات الحديثة.
- دعم اتخاذ القرار المبني على البيانات الرقمية.
- تحسين القدرة على التنبؤ باتجاهات السوق الرقمي.
- تمكين المشاركين من تقييم أداء الحملات الرقمية.
- تعزيز التفكير التحليلي في البيئات الرقمية التنافسية.
- تطوير مهارات إعداد التقارير التحليلية الاحترافية.
- ربط نتائج التحليل بالأهداف التسويقية للمؤسسة.
- تحسين جودة مؤشرات الأداء الرقمية.
- تمكين فهم تحليلات جوجل وأنظمة التتبع الرقمية.
- دعم بناء استراتيجيات رقمية قائمة على البيانات.

الكفاءات المستهدفة

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج تحليل الاتجاهات الرقمية:

- القدرة على تحليل الاتجاهات الرقمية باحترافية.
- مهارة تفسير مؤشرات الأداء الرقمية.
- الكفاءة في قراءة لوحات البيانات التفاعلية.
- القدرة على ربط البيانات بالسياق التسويقي.
- مهارة اكتشاف الفرص الرقمية الجديدة.
- الكفاءة في تقييم سلوك العملاء رقمياً.
- القدرة على إعداد تقارير تحليلية دقيقة.
- مهارة استخدام أدوات تحليل الويب المتقدمة.
- الكفاءة في التنبؤ بالتحولات الرقمية المستقبلية.
- القدرة على دعم القرارات الاستراتيجية بالبيانات.
- مهارة تحليل بيانات وسائل التواصل الاجتماعي.

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

MERCURY

دراسة سيناريوهات

في تدريب تحليل الاتجاهات الرقمية، سيطور المشاركون قدراتهم عبر دراسة السيناريوهات:

- تحليل انخفاض مفاجئ في زيارات موقع إلكتروني.
- دراسة تغير سلوك العملاء في متجر إلكتروني.
- تقييم أداء حملة تسويق رقمي متعددة القنوات.
- تحليل بيانات التفاعل في منصات التواصل الاجتماعي.
- تفسير نمو مفاجئ في كلمات مفتاحية معينة.
- دراسة أسباب ارتفاع معدل الارتداد.
- تحليل اتجاهات البحث الموسمية في السوق الرقمي.
- تقييم فعالية استراتيجية المحتوى الرقمي.

محتوى الدورة

الوحدة الأولى: أساسيات تحليل الاتجاهات الرقمية

- فهم المفاهيم الجوهرية:
  - تعريف تحليل الاتجاهات الرقمية وأهميته الحديثة.
  - تطور تحليل البيانات في البيئة الرقمية.
  - الفرق بين البيانات والمعلومات والرؤى الرقمية.
  - دور التحليل الرقمي في اتخاذ القرار.
  - أنواع البيانات الرقمية ومصادرها الأساسية.
  - العلاقة بين التحول الرقمي وتحليل الاتجاهات.
- الإطار الاستراتيجي للتحليل:

- مراحل عملية التحليل الرقمي المتكاملة.
- تحديد أهداف التحليل قبل جمع البيانات.
- اختيار مؤشرات الأداء المناسبة.
- مواءمة التحليل مع أهداف الأعمال.
- أخطاء شائعة في تحليل الاتجاهات الرقمية.

الوحدة الثانية: أدوات وتقنيات تحليل البيانات الرقمية

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

- أدوات تحليل الويب وقياس الأداء:
  - مقدمة في أدوات تحليلات المواقع الإلكترونية.
  - قراءة تقارير تحليلات جوجل بشكل احترافي.
  - تتبع سلوك المستخدم داخل الموقع.
  - تحليل مصادر الزيارات الرقمية.
  - فهم مسار رحلة العميل الرقمية.
  - قياس معدل التحويل بدقة.
  - تحليل معدل الارتداد وتفسيره.
- تقنيات معالجة البيانات:
  - تنظيف البيانات قبل التحليل.
  - تجميع البيانات من مصادر متعددة.
  - استخدام لوحات المعلومات التفاعلية.
  - تصور البيانات بصرياً لدعم الفهم.
  - مقارنة الأداء عبر الفترات الزمنية.
  - اكتشاف الأنماط المخفية في البيانات.

الوحدة الثالثة: تحليل اتجاهات التسويق الرقمي

- تحليل سلوك المستخدمين:
  - فهم سلوك العملاء في البيئة الرقمية.
  - تحليل تفاعل المستخدم مع المحتوى.
  - دراسة نقاط الخروج من الموقع.
  - تحليل رحلة العميل متعددة القنوات.
  - تحديد شرائح الجمهور المستهدف.
  - قياس مستوى مشاركة المستخدم.
  - تفسير بيانات الأجهزة والمنصات.
- تحليل أداء الحملات الرقمية:
  - تقييم فعالية الحملات التسويقية الرقمية.
  - تحليل تكلفة الاكتساب لكل عميل.
  - قياس العائد على الاستثمار التسويقي.
  - مقارنة أداء القنوات الرقمية المختلفة.
  - تحليل الكلمات المفتاحية عالية الأداء.
  - تحسين استراتيجيات الإعلان الرقمي.
  - ربط نتائج التحليل بتحسين الحملات.

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

MERCURY

الوحدة الرابعة: التنبؤ بالاتجاهات الرقمية المستقبلية

- النماذج التنبؤية والتحليل المتقدم:
  - مفهوم التنبؤ في تحليل الاتجاهات الرقمية.
  - استخدام البيانات التاريخية للتوقع المستقبلي.
  - بناء نماذج توقع الاتجاهات الرقمية.
  - تحليل الاتجاهات الموسمية في السوق.
  - اكتشاف فرص النمو الرقمي المبكر.
  - تقييم المخاطر الرقمية المحتملة.
- دعم القرار الإستراتيجي:
  - تحويل البيانات إلى رؤى قابلة للتنفيذ.
  - دعم التخطيط التسويقي بالتحليل.
  - ربط التوقعات بالأهداف المؤسسية.
  - تحديد أولويات الاستثمار الرقمي.
  - تحسين الميزة التنافسية رقمياً.
  - قياس أثر القرارات المبنية على البيانات.

الوحدة الخامسة: إعداد التقارير ولوحات المؤشرات الاحترافية

- بناء التقارير التحليلية:
  - هيكلة تقرير تحليل الاتجاهات الرقمية.
  - اختيار المؤشرات الأكثر تأثيراً.
  - عرض البيانات بطريقة واضحة.
  - كتابة التوصيات المبنية على البيانات.
  - تجنب التضليل في عرض النتائج.
  - توثيق مصادر البيانات بدقة.
  - تخصيص التقارير حسب الجمهور الإداري.

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

- تصميم لوحات المعلومات التفاعلية:
  - مبادئ تصميم Dashboard احترافية.
  - اختيار التصورات البيانية المناسبة.
  - تبسيط عرض البيانات المعقدة.
  - تحديث اللوحات بشكل دوري.
  - ربط اللوحات بمصادر البيانات الحية.
  - دعم متخذي القرار بلوحات ذكية.
  - تقييم فعالية لوحات المؤشرات.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية

تمكّن هذه الدورة المشاركين من إتقان تحليل الاتجاهات الرقمية وتحويل البيانات إلى قرارات استراتيجية مدروسة. يوصى بتطبيق منهجية التحليل المستمر وتحديث الأدوات لضمان مواكبة التحولات المتسارعة في البيئة الرقمية.