



الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ

18 - 22 أبريل 2027
أونلاين



الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ

الرمز : 120967_147840 تاريخ الإنعقاد : 18 - 22 ابريل 2027 دولة الإنعقاد : أونلاين التكلفة : 2900 اليورو

مقدمة إلى الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ

في عصر تتسارع فيه التطورات التكنولوجية، أصبح الذكاء الاصطناعي عنصراً حيوياً 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 النلي. 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 المسوقين على اتخاذ قرارات مدروسة مبنية على البيانات.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ، الفئات والمتدربين 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.

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 المداخلات الزمنية.
- تعزيز القدرات في استخدام أدوات مثل AI Vision و 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 النلي في التسويق الرقمي.
- تطبيق أخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في السوق.

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.

الوحدة الثالثة: التنبؤ بسلوك المستهلكين باستخدام التعلم النلي:

- المفاهيم الأساسية للتعلم النلي 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 لمحررات البحث.
- استخدام الرؤية الحاسوبية في الحملات البصرية.
- أدوات تحليل المشاعر على وسائل التواصل الاجتماعي.
- أدوات إدارة الحملات الذكية في Google و Meta.
- 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 الهلانية للهدف.
- دمج الذكاء الاصطناعي ضمن دورة حياة العميل.
- إعداد مؤشرات الأداء KPIs المصممة على الذكاء الاصطناعي.
- تطوير محتوى تسويقي مخصص وموثق.
- توزيع الميزانية التسويقية حسب التحليل التنبؤي.
- التكيف مع التغيرات السوقية من خلال البيانات اللحظية.
- إدارة التحديات الأخلاقية والخصوصية في التسويق الذكي.
- إعداد خطة تنفيذية قابلة للقياس والتحسين المستمر.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

تكون 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 لمواجهة المنافسة السوقية.

نموذج تسجيل :

الذكاء الاصطناعي في التسويق: من التخصيص إلى التنبؤ

الرمز : 120967 تاريخ الإنعقاد: 18 - 22 أبريل 2027 دولة الإنعقاد: أونلاين التكلفة: 2900 اليورو

معلومات المشارك

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

الهاتف / الجوال :

البريد الإلكتروني الشخصي :

البريد الإلكتروني الرسمي :

معلومات جهة العمل

اسم الشركة :

العنوان :

المدينة / الدولة :

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الاسم الكامل (السيد / السيدة) :

الهاتف / الجوال :

البريد الإلكتروني الشخصي :

البريد الإلكتروني الرسمي :

طرق الدفع

الرجاء إرسال الفاتورة لي ☐

الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي ☐