



# استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لفهم سلوك العملاء

14 - 18 فبراير 2027

دبي (الإمارات العربية المتحدة)



## استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لفهم سلوك العملاء

المرجع: 120968\_147846 التاريخ: 14 - 18 فبراير 2027 المكان: دبي (الإمارات العربية المتحدة) الرسوم: Euro 4900

### مقدمة:

في عصر التحول الرقمي، أصبحت تقنيات الذكاء الاصطناعي من الأدوات الجوهرية لفهم وتحليل سلوك العملاء. تهدف هذه الدورة إلى تزويد المشاركين بالمعرفة التطبيقية حول كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة العملاء وتعزيز استراتيجيات التسويق.

تقدم دورة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لفهم سلوك العملاء، فهماً شاملاً لآليات تحليل البيانات السلوكية واستخلاص الأنماط التي تعكس تفضيلات العملاء. كما تغطي الأدوات التقنية والخوارزميات الذكية المستخدمة في التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية لسلوك المستهلكين.

تم تصميم الدورة التدريبية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لفهم سلوك العملاء، بأسلوب عملي يتضمن دراسات حالة وتطبيقات حقيقية تعزز الفهم العميق. تتيح للمشاركين القدرة على اتخاذ قرارات مبنية على تحليل بيانات العملاء باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. سيكون قادرين على تطوير نماذج ذكية تتوافق مع أهداف المؤسسات في تحسين الأداء وزيادة رضا العملاء.

### الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لفهم سلوك العملاء، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء التسويق في المؤسسات الكبرى.
- محللو البيانات والسلوك الرقمي.
- مطورو الأنظمة الذكية في قطاعات البيع والتجزئة.
- العاملون في إدارة تجربة العملاء.
- مختصو الذكاء الاصطناعي في المجالات التجارية.
- رواد الأعمال المهتمون بالتحول الرقمي.
- مستشارو التسويق الإلكتروني.
- موظفو مراكز خدمة العملاء.
- الأكاديميون والباحثون في علوم البيانات.
- مسؤولو تخطيط الحملات التسويقية الرقمية.

## أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لفهم سلوك العملاء، سيكون المشاركون قادرين على:

- التعرف على أساسيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقه في سلوك المستهلك.
- تحليل بيانات العملاء باستخدام تقنيات التعلم الآلي.
- تفسير الأنماط السلوكية لاتخاذ قرارات تسويقية استراتيجية.
- تطوير خوارزميات تستهدف تحسين تجربة المستخدم.
- تطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي لفهم دوافع وسلوكيات الشراء.
- التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية لسلوك العملاء بناءً على البيانات الضخمة.
- بناء نماذج توقعية دقيقة تساهم في تحسين قرارات التسويق.
- توظيف التحليلات الذكية في تصميم استراتيجيات الحملات الإعلانية.
- تعزيز ولاء العملاء من خلال فهم عميق لسلوكهم الرقمي.
- تقييم فعالية التقنيات المستخدمة في تحليل تفضيلات العملاء.
- استخدام الأدوات البرمجية المناسبة لتحليل البيانات السلوكية.
- تصميم تقارير تحليلية تدعم صنع القرار في المؤسسة.
- دمج الذكاء الاصطناعي في رحلة العميل الرقمية لتحسين الأداء العام.
- تحسين الكفاءة التشغيلية باستخدام التحليلات التنبؤية.
- تحديد الفجوات في تجربة العميل وتصميم حلول تقنية مخصصة.

## الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لفهم سلوك العملاء:

- القدرة على تحليل سلوك العملاء باستخدام أدوات ذكية.
- مهارة تصميم خوارزميات لفهم وتحليل بيانات العملاء.
- الكفاءة في تطبيق التحليلات التنبؤية في البيئة التسويقية.
- فهم شامل للبيانات الضخمة وتفسيرها في سياق تجربة العميل.
- التمكن من بناء نماذج تعلم آلي مخصصة للسلوك الاستهلاكي.
- تطوير استراتيجيات تسويق قائمة على البيانات.
- تطبيق آمن وفعال لأدوات الذكاء الاصطناعي التجارية.
- القدرة على اتخاذ قرارات تسويقية مدروسة مبنية على التحليل السلوكي.

## محتوى الدورة:

### الوحدة الأولى: مدخل إلى الذكاء الاصطناعي وتحليل السلوك:

- تعريف الذكاء الاصطناعي في بيئة الأعمال الحديثة.
- علاقة الذكاء الاصطناعي بتحليل سلوك المستهلكين.
- نظرة عامة على تقنيات تحليل البيانات السلوكية.
- الفرق بين السلوك الشرائي والسلوك التفاعلي الرقمي.
- دور الذكاء الاصطناعي في فهم نية العميل.
- الأدوات البرمجية الأساسية المستخدمة في تحليل السلوك.
- أهمية البيانات الضخمة في رسم صورة دقيقة للعميل.
- التحديات الأخلاقية والقانونية في استخدام بيانات العملاء.
- حالات دراسية توضح أثر الذكاء الاصطناعي في توقع السلوك.

### الوحدة الثانية: تقنيات تحليل البيانات السلوكية:

- جمع البيانات من القنوات الرقمية المختلفة.
- تصنيف وتحليل سلوك العملاء حسب الأنماط التفاعلية.
- استخدام تقنيات معالجة اللغة الطبيعية NLP لفهم مراجعات العملاء.
- تطبيق التعلم الآلي في تصنيف تفضيلات العملاء.
- تحليل البيانات النوعية والكمية لسلوك المستخدم.
- فهم رحلة العميل من التفاعل الأول إلى الشراء.
- أدوات تصور البيانات لتسهيل التفسير والفهم.
- استخدام أدوات مثل Google Analytics و Power BI.
- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs لفهم سلوك العملاء.

## الوحدة الثالثة: تصميم النماذج التنبؤية وتطبيقاتها:

- المبادئ الأساسية للنماذج التنبؤية في التسويق.
- استخدام الانحدار اللوجستي في التنبؤ بسلوك الشراء.
- تطبيق خوارزميات الأشجار القرار Decision Trees.
- بناء نماذج تصنيف العملاء حسب ولائهم وتكرار شرائهم.
- الدمج بين الذكاء الاصطناعي وتحليل المشاعر Sentiment Analysis.
- نمذجة التوصيات الشخصية Recommendation Systems.
- تحليل التكرار النقدي للعميل RFM Analysis.
- تقييم دقة النموذج التنبؤي وتحسينه.
- أدوات تعليم الآلة المستخدمة في تطوير النماذج.

## الوحدة الرابعة: الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العميل:

- مفهوم تجربة العميل وأهميتها في التسويق الحديث.
- استخدام الشات بوت الذكي في تحسين التفاعل.
- تقنيات التعرف على الصوت والصورة لفهم المشاعر.
- تحليل ردود الفعل في الوقت الحقيقي باستخدام AI.
- تخصيص الرسائل التسويقية بناءً على تحليل البيانات.
- أتمتة خدمة العملاء باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- دمج البيانات من القنوات المختلفة لخلق رؤية موحدة.
- قياس تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على ولاء العميل.
- أدوات تقييم الأداء بعد تطبيق حلول AI.

## الوحدة الخامسة: استراتيجيات تطبيق الذكاء الاصطناعي في التسويق:

- تخطيط الحملات التسويقية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.
- استخدام البيانات لتحسين استهداف الإعلانات الرقمية.
- تحليل سلوك الزوار في المواقع الإلكترونية والمتاجر الرقمية.
- تصميم رسائل تسويقية بناءً على تحليل البيانات الشخصية.
- توقيت العروض التسويقية استناداً إلى سلوك الشراء.
- تحديد الفجوات في السوق باستخدام تحليلات سلوكية.
- تقنيات تحسين محركات البحث الموجهة بسلوك المستخدم.
- تطوير محركات توصية المنتجات بناءً على الذكاء الاصطناعي.
- قياس العائد على الاستثمار في الحملات المدعومة بالذكاء الاصطناعي.

## خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

توفر دورة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لفهم سلوك العملاء، أساساً معرفياً وتطبيقياً متقدماً لفهم سلوك العملاء باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. تؤهل المشاركين لبناء أنظمة تحليلية ذكية تدعم قراراتهم التسويقية. تساعد الأدوات التي يتم تعلمها على تعزيز رضا العملاء وتحقيق ميزة تنافسية في السوق. ينصح بتطبيق ما تعلم في البيئة العملية فوراً لتحقيق أقصى استفادة.