الدورة التدريبية: إدارة بيانات العملاء وتحليل سلوك المستهلك وتحسين تجربة العملاء

اغسطس ٢٠٢٦ ٠٧ - ٠٣

بوسطن

(للشخص الواحد) € ٥٧٠٠

Ref: #DM5425_358499

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

عملائها بعمق وتتنبأ العملاء وتحليل سلوك المستهلك ركيزة أساسية لنجاح في المشهد التنافسي الحالي، أصبحت إدارة بيانات وتحقيق نمو مستدام. تقدم هذه باحتياجاتهم تكون أكثر قدرة على تقديم تجارب مخصصة، الأعمال. المؤسسات التي تفهم الرؤى منهجاً شاملاً يغطي أفضل الممارسات في جمع بيانات BIG BEN Training Center الدورة التدريبية من وزيادة الولاء، تحليل السلوك المتقدمة، مثل التجزئة، المستخلصة لتحسين التفاعل مع العملاء. ستتناول العملاء، تخزينها، تحليلها، وتطبيق والمبيعات التركيز على كيفية تحويل البيانات الأولية إلى رؤى التنبؤ بالاتجاهات، وتحديد أنماط الشراء. سيتم الدورة تقنيات مرموقين في هذا المجال، مثل وتطوير المنتجات. تستند الدورة إلى رؤى أكاديمية قابلة للتنفيذ تدعم استراتيجيات التسويق التسويق الحديث"، والذي أسس العديد من المفاهيم (فيليب كوتلر)، الذي يُعتبر "أبو Philip Kotler وعملية من خبراء قوية لإدارة بيانات التسويق الموجهة بالبيانات. ستمكن هذه الدورة الأساسية في فهم سلوك المستهلك واستراتيجيات متميزة تعزز رضاهم وولائهم للمؤسسة. العملاء، وتحليل سلوكهم، وتصميم تجارب عملاء المتدربين من بناء استراتيجيات

لـ: الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديرو التسويق.
- محللو بيانات العملاء.
- مديرو علاقات العملاء (CRM).
- أخصائيو تجربة العملاء (CX).
- مديرو المنتجات.
- محللو الأعمال.
- أصحاب الأعمال الصغيرة والكبيرة.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- البيع بالتجزئة والتجارة الإلكترونية.
- الاتصالات.
- الخدمات المالية والمصرفية.
- الضيافة والسياحة.
- الرعاية الصحية.
- الخدمات الاستهلاكية.
- التسويق والإعلان.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- قسم التسويق.
- قسم المبيعات.
- خدمة العملاء.
- تطوير المنتجات.
- تحليل الأعمال.
- الذكاء الاصطناعي والبيانات.
- إدارة علاقات العملاء.

أهداف الدورة التدريبية:

أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- فهم أهمية إدارة بيانات العملاء في العصر الرقمي.
- جمع وتنظيم بيانات العملاء من مصادر متعددة.
- تطبيق تقنيات تحليل سلوك المستهلك المتقدمة.
- تجزئة العملاء بناءً على الأنماط السلوكية.
- التنبؤ بالاحتياجات المستقبلية للعملاء.
- تصميم استراتيجيات تسويقية مخصصة.
- تحسين تجربة العملاء في جميع نقاط الاتصال.
- قياس رضا العملاء وولائهم.
- والخدمات. الاستفادة من الرؤى المستخلصة لتحسين المنتجات
- التعامل مع خصوصية بيانات العملاء وأمنها.

منهجية الدورة التدريبية:

المستهلك بفعالية. يتم وتطبيقية، تهدف إلى تمكين المشاركين من إدارة تعتمد هذه الدورة التدريبية على منهجية عملية الأساسية والأطر النظرية، وورش تقديم المحتوى من خلال مزيج من المحاضرات التفاعلية بيانات العملاء وتحليل سلوك التقنيات والأدوات في سيناريوهات واقعية. سيتم العمل العملية المكثفة التي تتيح للمشاركين تطبيق التي تشرح المفاهيم للتنفيذ تدعم اتخاذ يمكن المشاركين من فهم كيفية تحويل البيانات تحليل دراسات حالة مستوحاة من صناعات مختلفة، مما التعاون وتبادل الخبرات بين المتدربين، بينما تتيح القرارات الاستراتيجية. يعزز العمل الجماعي مهارات الأولية إلى رؤى قابلة أحدث Center راجعة من المدربين الخبراء. يحرص BIG BEN Training الجلسات التفاعلية فرصة لطرح الأسئلة وتلقي تغذية تهدف هذه المنهجية إلى تزويد مجال تحليل بيانات العملاء لضمان اكتساب المتدربين الأدوات والتقنيات في على استخدام إدارة بيانات العملاء وتحليل سلوكهم، مما يمكنهم من المشاركين بالمهارات اللازمة ليصبحوا خبراء في خبرة عملية مباشرة. تحسين تجربة العملاء وتحقيق نمو مستدام لمؤسساتهم.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

المستهلك. الوحدة الأولى: أساسيات بيانات العملاء وسلوك

- الحديثة.أهمية بيانات العملاء في استراتيجيات الأعمال
- مصادر بيانات العملاء: داخلية وخارجية.
- مقدمة لسلوك المستهلك والعوامل المؤثرة فيه.
- الفرق بين البيانات الكمية والنوعية.
- على البيانات.التحول من التسويق التقليدي إلى التسويق المعتمد
- مخاطر سوء إدارة بيانات العملاء.
- أمثلة على شركات ناجحة في إدارة بيانات العملاء.

الوحدة الثانية: جمع وتنظيم بيانات العملاء.

- رقمية، نقاط البيع).منهجيات جمع بيانات العملاء (استبيانات، تفاعلات
- أدوات وأنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM).
- والبيانات الكبيرة.تخزين البيانات: قواعد البيانات التقليدية
- تنظيم البيانات: توحيد، تنظيف، وإثراء البيانات.
- إدارة البيانات الوصفية لبيانات العملاء.
- جودة بيانات العملاء وأبعادها.
- ضمان خصوصية بيانات العملاء.

الوحدة الثالثة: تحليل سلوك المستهلك المتقدم.

- تقنيات تجزئة العملاء (Demographic, Psychographic, Behavioral).
- تحليل القيمة الدائمة للعميل (Customer Lifetime Value - CLV).
- نمذجة التنبؤ بالسلوك (Predictive Modeling).
- تحليل المسار: رحلة العميل ونقاط الاتصال.
- تحليل المشاعر من بيانات العملاء.
- التعلم الآلي في تحليل سلوك المستهلك.
- أدوات التحليل المتقدمة (مثل R, Python).

الوحدة الرابعة: تطبيق الرؤى لتحسين تجربة العملاء.

- تحويل البيانات إلى رؤى قابلة للتنفيذ.
- تصميم تجارب العملاء المخصصة.
- استراتيجيات التواصل مع العملاء بناءً على السلوك.
- برامج الولاء والمكافآت.
- استراتيجيات التسويق بالمحتوى الموجه.
- الاستفادة من تحليل السلوك في تطوير المنتجات.
- تحسين خدمة العملاء ودعمها.

الوحدة الخامسة: قياس الأداء وحوكمة بيانات العملاء.

- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لتجربة العملاء.
- قياس رضا العملاء (CSAT, NPS).
- تحليل العائد على الاستثمار (ROI) من مبادرات العملاء.
- حوكمة بيانات العملاء وسياسات الامتثال.
- أمن بيانات العملاء وحمايتها.
- التعامل مع التحديات الأخلاقية في تحليل البيانات.
- الاتجاهات المستقبلية في إدارة بيانات العملاء وسلوك المستهلك.

الأسئلة المتكررة:

التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة.

الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد

المدة إلى ٢٥٢٠- بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام،

ساعة تدريبية. راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي

سؤال للتأمل:

وبين الالتزام يمكن للمؤسسات أن توازن بين جمع البيانات الكافية في ظل تزايد اهتمام العملاء بخصوصية بياناتهم، كيف

العملاء؟ الصارم بمعايير حماية البيانات وبناء الثقة مع لفهم سلوك المستهلك وتخصيص التجارب،

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

عميقاً لكيفية تحويل إدارة بيانات العملاء وتحليل سلوك المستهلك، مما تتميز هذه الدورة التدريبية بتركيزها المتكامل على
محتوى متقدماً يجمع بين الأسس Training Center البيانات إلى قيمة تجارية ملموسة. يقدم BIG BEN يوفر للمشاركين فهماً
كيفية تصميم تجارب عملاء العملي لأدوات وتقنيات إدارة البيانات الحديثة. النظرية لتحليل السلوك البشري وأساليب التطبيق
مما البيانات، مما يعزز الولاء ورضا العملاء. كما تشمل مخصصة وفعالة بناءً على الرؤى المستخلصة من تبرز الدورة بتركيزها على
العملاء المعقدة. هذا النهج يتيح للمشاركين اكتساب خبرة عملية مباشرة في الدورة ورش عمل مكثفة ودراسات حالة واقعية،
الواسعة، بل أيضاً الكفاءات العملية اللازمة المتكامل يضمن أن يكتسب المتدربون ليس فقط المعرفة التعامل مع بيانات
مؤسساتهم. استراتيجيات تسويقية ناجحة، وتحقيق أقصى قيمة من ليصبحوا متخصصين بارعين في فهم عملائهم، وتصميم
بيانات العملاء لنمو