



**التدريبية: بناء شخصيات العملاء المثالية  
المستهدف بدقة لنمو الأعمال الدورة  
وتحديد الجمهور**



**يوليو ٢٠٢٦ - ٢٤ - ٢٠**



**برشلونة - \***

**(للشخص الواحد) € ٥٧٠٠**

**Ref: #MAR6897\_201511**



## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

أعمال ناجحة. في عالم شخصيات العملاء المثالية حجر الزاوية لأي تُعد القدرة على تحديد الجمهور المستهدف بدقة وبناء الجميع" فعالاً. بل يتطلب الأمر فهماً عميقاً الأعمال سريع التطور، لم يعد النهج "مقاس واحد استراتيجياً تسويقية أو تطويراً لتحديد الشرائح تستكشف هذه الدورة التدريبية من الألف إلى الياء للاحتياجات والرغبات والسلوكيات المتغيرة للعملاء، يناسب مشترين (Buyer Personas) شاملة السوقية المستهدفة بدقة، وتُعمق الفهم في كيفية المبادئ والتقنيات الأساسية تحليل البيانات السلوكية والديموغرافية والنفسية، وواقعية. سنتناول في هذه الدورة مفاهيم متقدمة مثل إنشاء شخصيات الخام إلى رؤى قابلة مع العملاء. من خلال هذه الدورة، resonates وكيفية استخدام هذه البيانات لصياغة رسائل تسويقية منتجات وخدمات أكثر ملاءمة للسوق. كما للتنفيذ تمكّنك من تحسين استراتيجياتك التسويقية، ستتعلم كيف تُحول البيانات السوق. فيليب كوتلر (Philip Kotler)، الذي قدم إسهامات ستعرض لأعمال الأكاديمي الشهير في مجال التسويق، وتطوير مستدام من خلال فهم هذه الدورة لتمكين BIG BEN Training Center يقدم جوهرياً في فهمنا للتسويق الحديث وتقسيم أعمق لعملائهم، الشركات والأفراد من تحقيق نمو

## لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة



- مدراء التسويق<sup>١</sup>
- متخصصو التسويق الرقمي<sup>١</sup>
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الناشئة<sup>١</sup>
- مدراء المنتجات<sup>١</sup>
- محللو السوق والبيانات<sup>١</sup>
- مسؤولو تطوير الأعمال<sup>١</sup>
- استشاريو التسويق<sup>١</sup>
- أخصائيو خدمة العملاء<sup>١</sup>

## القطاعات والصناعات المستهدفة<sup>١</sup>:

- الشركات الناشئة والصغيرة والمتوسطة<sup>١</sup>
- قطاع التكنولوجيا والبرمجيات<sup>١</sup>
- التجارة الإلكترونية والتجزئة<sup>١</sup>
- الخدمات المالية والبنوك<sup>١</sup>
- التعليم والتدريب<sup>١</sup>
- الرعاية الصحية والصيدلانية<sup>١</sup>
- الوكالات التسويقية والإعلانية<sup>١</sup>
- الاستشارات الإدارية والتسويقية<sup>١</sup>
- الهيئات الحكومية والمنظمات غير الربحية<sup>١</sup>

## الأقسام المؤسسية المستهدفة<sup>١</sup>:



- إدارة التسويق.
- إدارة المبيعات.
- إدارة تطوير المنتجات.
- إدارة استراتيجية الأعمال.
- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة تحليل البيانات.
- إدارة البحوث والتطوير.

## أهداف الدورة التدريبية:

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

- الديموغرافية والنفسية والسلوكية. تحديد الشرائح المستهدفة بدقة بناءً على المعايير
- تعكس احتياجات ورغبات العملاء. بناء شخصيات عملاء مثالية شاملة ((Buyer Persona
- لتحليل الجمهور المستهدف. استخدام أدوات وتقنيات البحث لجمع البيانات اللازمة
- للتنفيذ حول العملاء. تحليل البيانات الكمية والنوعية لإنشاء رؤية قابلة
- المحددة بوضوح. تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة تستهدف الشرائح
- شخصيات العملاء. تحسين المحتوى والرسائل التسويقية لتتوافق مع
- العملاء. قياس وتحسين حملات التسويق بناءً على فهم سلوك
- لتحقيق نمو الأعمال. تطبيق أفضل الممارسات في بناء شخصيات العملاء

## منهجية الدورة التدريبية:



تحديد الجمهور وشاملة تهدف إلى تزويد المشاركين بالمعرفة النظرية تعتمد هذه الدورة التدريبية على منهجية تفاعلية مزيجاً من المحاضرات التفاعلية التي تستهدف وبناء شخصيات العملاء المثالية. تشمل والتطبيق العملي اللازمين لإتقان خاص التي تتيح للمشاركين فرصة تطبيق المفاهيم المكتسبة يقدمها خبراء في المجال، وورش العمل التطبيقية المنهجية مما يوفر رؤى عملية على دراسات الحالة الفعلية لشركات نجحت في تحديد على حالات دراسية واقعية. سيتم التركيز بشكل الجماعية والعمل التعاوني لتبادل الخبرات وإلهاماً للمشاركين. بالإضافة إلى ذلك، سنشجع جمهورها وبناء شخصيات عملائها، يواجهها جلسات تغذية راجعة منتظمة لضمان استيعاب المفاهيم والمعارف بين المشاركين. ستضمن الدورة أيضاً الأنشطة استفادة للمتدربين المشاركين. يقدم BIG BEN Training Center هذه بشكل كامل ومعالجة أي استفسارات أو تحديات المنهجية المتكاملة لضمان أقصى

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

### الوحدة الأولى: أساسيات تحديد الجمهور المستهدف.



- مقدمة في مفهوم الجمهور المستهدف وأهميته.
- الفرق بين الشرائح والجمهور المستهدف.
- الجغرافية، النفسية، السلوكية. المعايير الأساسية لتحديد الجمهور: الديموغرافية،
- أمثلة عملية لشركات حددت جمهورها بنجاح.
- عليها. تحديات تحديد الجمهور المستهدف وكيفية التغلب
- البيانات. أدوات وتقنيات البحث الأولية والثانوية لجمع
- مجموعات التركيز. تحليل البيانات الأولية: الاستبيانات، المقابلات،

## الوحدة الثانية: بناء شخصيات العملاء المثالية (Buyer Personas)

- مفهوم شخصيات العملاء وأهميتها في التسويق الحديث.
- الوظيفة، الأهداف، التحديات، نقاط الألم، مكونات شخصية العميل المثالية: الاسم، العمر،
- كيفية جمع المعلومات لبناء شخصيات العملاء.
- استخدام القصة والسرد في بناء شخصيات العملاء.
- معينة. ورشة عمل: بناء شخصية عميل مثالية لمنتج أو خدمة
- الفرق بين الجمهور المستهدف وشخصيات العملاء.
- تحديث وتطوير شخصيات العملاء بمرور الوقت.

## الوحدة الثالثة: تحليل البيانات وتطبيقاتها



- الاتجاهات: تحليل البيانات الكمية: الإحصائيات، الأرقام،
- تحليل البيانات النوعية: الرؤى، الدوافع، المشاعر.
- أدوات تحليل البيانات الشائعة: Google Analytics، CRM،
- كيفية تحويل البيانات إلى رؤى قابلة للتنفيذ.
- استخدام البيانات لتحديد الفرص والتحديات السوقية.
- البيانات: التعرف على أنماط سلوك المستهلكين من خلال
- تفسير البيانات لاتخاذ قرارات تسويقية مستنيرة.

## للجمهور: الوحدة الرابعة: استراتيجيات التسويق الموجهة

- تطوير استراتيجيات محتوى تتناسب مع شخصيات العملاء.
- تكيف الرسائل التسويقية لاستهداف شرائح معينة.
- الجمهور المستهدف: اختيار القنوات التسويقية المناسبة للوصول إلى
- حملات التسويق الشخصية (Personalized Marketing)
- العملاء: أمثلة لحملات تسويقية ناجحة تعتمد على شخصيات
- قياس أداء الحملات التسويقية الموجهة.
- المراجعة: تحسين استراتيجيات التسويق بناءً على التغذية

## للجمهور: الوحدة الخامسة: تطبيقات متقدمة ومستقبل تحديد

- سلوك المستهلك: التسويق العصبي (Neuromarketing) ودوره في فهم
- قبي تحليل الجمهور: (Learning الذكاء الاصطناعي (AI) والتعلم الآلي (Machine
- التسويق: التخصيص الفائق (Hyper-personalization) في
- العملاء: تحديات الخصوصية والأخلاقيات في جمع وتحليل بيانات
- دراسة حالات متقدمة في بناء شخصيات العملاء.
- مستقبل تحديد الجمهور المستهدف وتطوره.
- ملخص الدورة والخطوات التالية للتطبيق العملي.



## 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:

البيانات الكبيرة؟ بفعالية استراتيجيات بناء شخصيات العملاء المعقدة كيف يمكن لشركات ناشئة ذات موارد محدودة أن تُنفذ التي تعتمد على تحليلات

### ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



شخصيات العملاء المثالية. والشامل على الجوانب النظرية والتطبيقية لتحديد تتميز هذه الدورة التدريبية بتركيزها العميق  
الدورة رؤى عملية وأمثلة حقيقية تُمكن بخلاف الدورات التي قد تكتفي بتقديم مفاهيم عامة، الجمهور المستهدف وبناء  
مما يساعد العملية. يتم التركيز على كيفية تحويل البيانات المشاركين من تطبيق ما يتعلمونه مباشرة في بيئاتهم تُقدم هذه  
على التفكير النقدي والتحليلي، على اتخاذ قرارات تسويقية أكثر استنارة. الدورة الخام إلى معلومات ذات قيمة استراتيجية،  
الأدوات الأساسية، بل تُعلم كيفية استخلاص القيمة وتُقدم أدوات وتقنيات حديثة تتجاوز مجرد استخدام مصممة بطريقة تُشجع  
المناهج التي تركز فقط على الفهم العميق للدوافع النفسية والسلوكية للعملاء، الحقيقية من البيانات. كما تُبرز الدورة أهمية  
متكاملة تُعد المشاركين لإتقان فن وعلم فهم العميل، الجوانب الديموغرافية السطحية. إنها رحلة تعليمية وهو ما يميزها عن  
باستمراراً مما يضمن لهم التفوق في المشهد التسويقي المتغير