التدريبية: تحليل بيانات التسويق الرقمي

وقياس الأداء المتقدم الدورة

يوليو ٢٠٢٦ ٢٣ - ١٩

المنامة

(للشخص الواحد) ٤٧٠٠ €

Ref: #MAR7364_40311

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

الرقمي وقياس الأداء التدريبية الشاملة التي تأخذك في رحلة متعمقة إلى يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة وتحليل البيانات التسويقية أمرًا لا غنى عنه المتقدم. في العصر الرقمي الحالي، أصبحت القدرة على عالم تحليل بيانات التسويق لتحويل إلى أهدافها الاستراتيجية. هذه الدورة مصممة للمؤسسات التي تسعى لتحقيق النمو المستدام والوصول فهم تحسين حملاتك التسويقية، وزيادة عائد البيانات الأولية إلى رؤى قابلة للتنفيذ، مما يمكنك لتزويدك بالمعرفة والمهارات اللازمة بشكل خاص على كيفية الأساسيات وتتدرج إلى المفاهيم الأكثر تعقيدًا في الاستثمار، واتخاذ قرارات مستنيرة. ستبدأ من من استراتيجيات جمع البيانات، وتنظيفها، قياس الأداء وتحسينه بما يتماشى مع أهداف العمل. التحليلات الرقمية، مع التركيز أوهالوران.Alan D تقدم صورة واضحة عن الأداء التسويقي. يتناول وتحليلها، بالإضافة إلى بناء لوحات معلومات فعالة ستتعلم التسويق الحديث، مؤكداً على أن البيانات هي مفتاح في كتبه أهمية التحليل الكمي في O'Halloran البروفيسور آلان دي. التحليل الرئيسية مثلGoogle الاستراتيجيات. ستوفر هذه الدورة التدريبية فهمًا الفهم العميق لسلوك المستهلك وتحسين الحضور الرقمي وتحقيق أقصى استفادة من جهود التسويق ، وكيفية استخدامها بفعالية لتعزيزAnalytics شاملاً لأدوات لضمان تحقيق أفضل المناسبة لأعمالك، وتفسيرها، ثم اتخاذ (KPIs) الرقمي. ستمكنك من تحديد مقاييس الأداء الرئيسية في المشهد الرقمي المتغير الإجراءات التصحيحية اللازمة

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق الرقمي.
- محللو البيانات.
- أخصائيو تحسين محركات البحث.
- مدراء المنتجات الرقمية.
- أصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة.
- رواد الأعمال.
- طلاب التسويق والإدارة.
- المسوقون الرقميون.
- مدراء العلامات التجارية.
- خبراء التجارة الإلكترونية.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا.
- شركات التسويق والإعلان الرقمي.
- القطاع المالي والمصرفي.
- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- قطاع الرعاية الصحية.
- قطاع التعليم والتدريب.
- القطاع الحكومي والهيئات العامة.
- صناعة الضيافة والسياحة.
- القطاع العقاري.
- صناعة الإعلام والنشر.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارات التسويق.
- أقسام التحليلات والذكاء الاصطناعي.
- إدارات المبيعات.
- أقسام تطوير الأعمال.
- إدارات المنتجات.
- أقسام التجارة الإلكترونية.
- إدارات تكنولوجيا المعلومات.
- أقسام خدمة العملاء.
- أقسام البحث والتطوير.
- الإدارات التنفيذية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- المستخدم.‏ تفسير بيانات Google Analytics‏ لفهم سلوك
- التسويقية.‏ تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs‏) للحملات
- تحليل مسارات التحويل لتحسين معدلات التحويل.‏
- إعداد تقارير أداء شاملة وقابلة للتنفيذ.‏
- تحديد نقاط الضعف في الأداء الرقمي واقتراح حلول.‏
- البيانات.‏ تحسين استراتيجيات التسويق بناءً على تحليلات
- قياس فعالية حملات التسويق بالمحتوى.‏
- استخدام البيانات لاتخاذ قرارات تسويقية مستنيرة.‏
- تتبع أداء الإعلانات المدفوعة وتحسينها.‏
- تحليل بيانات العملاء لتعزيز تجربة المستخدم.‏
- الاستثمار.‏ فهم كيفية تأثير تحليلات البيانات على عوائد
- بناء لوحات معلومات مخصصة في Google Analytics.‏‏
- استخدام مقاييس الويب لتحسين الحملات.‏
- البحث.‏ تطبيق تحليل البيانات في استراتيجيات تحسين محركات
- تحديد فرص النمو من خلال تحليل البيانات.‏

منهجية الدورة التدريبية:‏

المتدربين للمهارات الدورة التدريبية على مزيج متوازن من النظرية تعتمد منهجية BIG BEN Training Center في هذه كل وحدة بمقدمة نظرية توضح المفاهيم والمعارف اللازمة لتحليل بيانات التسويق الرقمي والتطبيق العملي، لضمان اكتساب من خلال جلسات ودراسات حالة واقعية من صناعات مختلفة. سيتم الأساسية والأطر المنهجية، تليها أمثلة عملية بفعالية. تبدأ ستشمل الدورة ورش عمل تطبيقية يتم المناقشة المفتوحة التي تتيح للمتدربين طرح الأسئلة التركيز على التفاعل المباشر ، حيث سيقوم المتدربون بتطبيق ماGoogle Analytics فيها استخدام أدوات تحليل البيانات الفعلية مثل وتبادل الخبرات. سيتلقى كما سيتم تشجيع العمل الجماعي لحل المشكلات المعقدة تعلموه بشكل مباشر على سيناريوهات تسويقية حقيقية. نقاط القوة والضعف وتحسين المتدربون تغذية راجعة مستمرة على أدائهم وتقدمهم، وتطوير استراتيجيات تحليلية مبتكرة. تحليلية قوية، تمكن المتدربين من اتخاذ مهاراتهم بشكل فعال. تهدف هذه المنهجية إلى بناء مما يساعدهم على تحديد التنافسية. استفادة من جهودهم التسويقية في بيئة الأعمال قرارات تسويقية مبنية على البيانات، وتحقيق أقصى قدرات

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس تحليل بيانات التسويق الرقمي

- المقدمة إلى عالم بيانات التسويق الرقمي وأهميته.
- فهم أنواع البيانات التسويقية ومصادرها.
- دورة حياة البيانات: جمع، تخزين، تحليل، وتفسير.
- الأساسية. مقدمة إلى Google Analytics: الهيكل والمفاهيم
- المقاييس والأبعاد في Google Analytics.
- الرقمي. تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في التسويق
- أهمية التحليلات في تحسين حملات التسويق.

واستكشاف التقارير الوحدة الثانية: الغوص في Google Analytics

- تصفح واجهة Google Analytics الرئيسية.
- تقارير الجمهور: فهم خصائص الزوار وسلوكهم.
- تقارير الاكتساب: تتبع مصادر الزيارات والحملات.
- الموقع. تقارير السلوك: تحليل تفاعلات المستخدمين داخل
- تقارير التحويلات: قياس الأهداف والمعاملات.
- Analytics. إعداد لوحات المعلومات المخصصة في Google
- تفسير البيانات الأولية واستخلاص الرؤى.

الوحدة الثالثة: تحليل الأداء وتحسين مسارات التحويل

- تتبع أهداف التحويل وإنشاؤها.
- تحليل مسارات التحويل وتحديد نقاط التسرب.
- تحسين تجربة المستخدم بناءً على البيانات.
- تحليل أداء الصفحات المقصودة.
- استخدام التقارير المخصصة لعمق التحليل.
- تحديد الفرص لتحسين معدلات التحويل.
- تحليل الحملات التسويقية المدفوعة.

على الاستثمار الوحدة الرابعة: تحليل سلوك المستخدم وقياس العائد

- تتبع سلوك المستخدم عبر الأجهزة.
- تحليل تدفق السلوك وتحديد مسارات التنقل.
- قياس العائد على الاستثمار (ROI) للحملات التسويقية.
- تحديد قيمة عمر العميل (CLV).
- تقييم أداء المحتوى الرقمي.
- استخدام التحليلات للتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية.
- بناء استراتيجيات تسويقية مبنية على البيانات.
- الوحدة الخامسة: استراتيجيات متقدمة وتقارير مخصصة
- تكامل Google Analytics مع أدوات تسويقية أخرى.
- استخدام Google Tag Manager لإدارة التتبع.
- تقارير العزو: فهم مساهمة القنوات المختلفة.
- تحليل البيانات عبر الأجهزة.
- بناء نماذج تحليلية مخصصة.
- تقديم توصيات لتحسين الأداء الرقمي.
- مستقبل تحليل بيانات التسويق الرقمي.

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:

جديدة للابتكار؟ طريقة تفكيرك في استراتيجيات التسويق الرقمي، ويفتح كيف يمكن لتحليل البيانات التفصيلي أن يغير تمامًا

آفاقًا

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

للمتدربين ليس فقط فهم بتركيزها العميق على الجانب Training Center تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN العمل الحقيقية. نحن لا نركز فقط على المفاهيم النظرية ولكن القدرة على تطبيقها بفعالية التطبيقي العملي، مما يضمن استراتيجيات تحليل البيانات واستخلاص النتائج القابلة للتنفيذ. يتميز الأدوات، بل نقدم رؤى معمقة حول كيفية تفسير في بيئات التي توضح كيفية استخدام التحليلات بيانات التسويق الرقمي، مع دمج الأمثلة الواقعية المحتوى بتغطيته الشاملة لأحدث منهجية تدريب تفاعلية تشمل ورش عمل تطبيقية وتمارين لحل مشكلات تسويقية معقدة. تعتمد الدورة على ودراسات الحالة تحويل الأرقام إلى قصص النقدي وتطوير حلول مبتكرة. بدلاً من مجرد عرض جماعية، مما يعزز من قدرة المتدربين على التفكير حقائق. هذا النهج الأكاديمي والعملي يضمن ورؤى تسويقية تساعد في اتخاذ قرارات استراتيجية الأدوات، نركز على كيفية التحول الرقمي في مؤسساتهم وتحقيق أقصى عائد للمشاركين اكتساب مهارات تحليلية متقدمة تمكنهم من مبنية على على استثماراتهم التسويقية. قيادة