الدورة التدريبية: تحليل بيانات العملاء بالذكاء الاصطناعي لاتخاذ قرارات تسويقية استباقية - للمدراء التسويقيين

20 - 24 ديسمبر 2026
الدوحة
5500 € (للشخص الواحد)
Ref: #CS5375_405325

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في عصر الثورة الرقمية، أصبح تحليل بيانات العملاء باستخدام الذكاء الاصطناعي حجر الزاوية لبناء استراتيجيات تسويقية فائقة الفعالية وقادرة على التنبؤ. تقدم هذه الدورة التدريبية المكثفة من BIG BEN Training Center رحلة عملية شاملة تبدأ من الأساسيات وتصل إلى التطبيقات المتقدمة للذكاء الاصطناعي في استخلاص رؤى عميقة من سلوك العملاء وتفضيلاتهم. سيتعرف المشاركون على كيفية تحويل كميات هائلة من البيانات إلى قرارات تسويقية استباقية وقابلة للقياس، تمكنهم من تخصيص العروض، وتحسين رحلة العميل، والتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية، وزيادة العائد على الاستثمار التسويقي بشكل كبير. تم تصميم المحتوى لتمكين مدراء التسويق من فهم وقيادة التحول نحو التسويق القائم على الذكاء الاصطناعي والبيانات، مستفيدين من أمثلة واقعية ومنهجيات مبتكرة. يسلط البرنامج الضوء على أهمية الأخلاقيات والخصوصية في هذا المجال الحيوي. يعتمد المحتوى على رؤى رائدة في المجال، مستندًا إلى أعمال أكاديميين بارزين مثل فيليب كوتلر Philip Kotler، الذي أدرج مبكراً أهمية التكنولوجيا والبيانات في التسويق الحديث. يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة الفريدة لسد الفجوة بين المعرفة النظرية والتطبيق العملي الفعّال في سوق ديناميكي.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو التسويق ومديرو العلامات التجارية.
- رؤساء أقسام التسويق والتخطيط الاستراتيجي.
- محللو البيانات التسويقية والمتخصصون في رؤى العملاء.
- مديرو المنتجات ومديرو قنوات المبيعات الرقمية.
- استشاريو التسويق وأصحاب الأعمال المهتمين بالتحول الرقمي.
- الخريجون حديثاً في مجالات التسويق أو تكنولوجيا المعلومات الراغبون في التخصص.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- الخدمات المالية والمصرفية.
- الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.
- السياحة والضيافة.
- الرعاية الصحية.
- التعليم والتدريب.
- الهيئات الحكومية والوزارات المعنية بالتخطيط والخدمات العامة.
- شركات التأمين.
- القطاع العقاري.
- الخدمات اللوجستية والنقل.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارات التسويق والعلامة التجارية.
- أقسام المبيعات والتطوير التجاري.
- فرق رؤى العملاء وتحليل البيانات.
- إدارات المنتج والابتكار.
- أقسام التخطيط الاستراتيجي.
- مراكز خدمة العملاء.
- وحدات التحول الرقمي.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم المفاهيم الأساسية للذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في تحليل بيانات العملاء.
- تحديد مصادر بيانات العملاء الرئيسية وكيفية جمعها وتنظيفها للتحليل.
- تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك العملاء وتقسيمهم بدقة.
- استخدام نماذج التنبؤ بالذكاء الاصطناعي لتوقع اتجاهات السوق واحتياجات العملاء المستقبلية.
- تفسير نتائج تحليلات الذكاء الاصطناعي لاستخلاص رؤى تسويقية قابلة للتنفيذ.
- تطوير استراتيجيات تسويقية شخصية وقنوات اتصال فعالة بناءً على رؤى الذكاء الاصطناعي.
- قياس وتحسين عائد الاستثمار للحملات التسويقية باستخدام مؤشرات قائمة على تحليل البيانات.
- فهم المبادئ الأخلاقية والامتثال القانوني في استخدام الذكاء الاصطناعي مع بيانات العملاء.
- توظيف أدوات تحليلات الذكاء الاصطناعي الشائعة في سياقات تسويقية عملية.
- اتخاذ قرارات تسويقية استباقية مدعومة بالبيانات والذكاء الاصطناعي.

منهجية الدورة التدريبية:

تعتمد منهجية الدورة التدريبية على مزيج متوازن يضمن الفهم النظري والتطبيق العملي الفعّال. تبدأ كل جلسة بعرض مفاهيمي واضح يشرح الأساسيات والنماذج المستخدمة في تحليل بيانات العملاء بالذكاء الاصطناعي، مدعومًا بأمثلة واقعية من قطاعات مختلفة. يلي ذلك جلسات تفاعلية مكثفة حيث ينخرط المشاركون في دراسات حالة عملية وحقيقية لمشاكل تسويقية، يقومون فيها بتطبيق ما تعلموه على مجموعات بيانات مشابهة للواقع باستخدام منصات تحليلية مبسطة. يتم تشجيع العمل الجماعي لتعزيز تبادل الخبرات ووجهات النظر بين مدراء التسويق من صناعات متنوعة. تشمل الأنشطة ورش عمل لتصميم استراتيجيات تسويقية قائمة على رؤى مستخلصة من تحليلات الذكاء الاصطناعي، ومحاكاة لاتخاذ قرارات في سيناريوهات متغيرة. يقدم المدربون تغذية راجعة فورية ومنظمة على أداء المشاركين خلال التمارين، مما يضمن تعزيز نقاط القوة ومعالجة أي تحديات. يتم استخدام عروض توضيحية حية لأدوات الذكاء الاصطناعي الشائعة في التسويق، مع التركيز على كيفية تفسير مخرجاتها لاتخاذ القرار. يقدم BIG BEN Training Center بيئة تعليمية داعمة تشجع على طرح الأسئلة والاستكشاف، مع تخصيص وقت كافٍ لمناقشة التحديات الأخلاقية والعملية التي يواجهها المشاركون في تطبيق هذه التقنيات في مؤسساتهم.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات تحليل بيانات العملاء والذكاء الاصطناعي في التسويق

- مقدمة عن الثورة الرابعة وأهمية البيانات في التسويق الحديث.
- الفرق بين التحليلات التقليدية وتحليلات الذكاء الاصطناعي.
- مفاهيم أساسية في الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي ذات الصلة بالتسويق.
- أنواع بيانات العملاء ومصادر جمعها (المنظمة، غير المنظمة، شبه المنظمة).
- تحديات جودة البيانات وإعدادها للتحليل (التنظيف، التكامل، التحويل).
- أخلاقيات الخصوصية والموافقة في استخدام بيانات العملاء.
- حالات استخدام ناجحة للذكاء الاصطناعي في تحليل العملاء عالمياً.

الوحدة الثانية: تقنيات الذكاء الاصطناعي لفهم سلوك العملاء وتقسيمهم

- تحليل رحلة العميل باستخدام تقنيات التعلم الآلي.
- التقسيم المتقدم للعملاء باستخدام خوارزميات التجميع (Clustering).
- تحليل سلة المشتريات لاكتشاف أنماط الشراء المرتبطة.
- تحليل المشاعر (Sentiment Analysis) لآراء العملاء على وسائل التواصل والمراجعات.
- التعرف على أنماط سلوك العملاء المخفية باستخدام اكتشاف الشذوذ (Anomaly Detection).
- تحديد العملاء المعرضين للرحيل (Churn Prediction) باستخدام النماذج التنبؤية.
- بناء ملفات تعريف ديناميكية للعملاء باستخدام الذكاء الاصطناعي.

الوحدة الثالثة: نماذج تنبؤية واستباقية للقرار التسويقي

- مقدمة للنمذجة التنبؤية في التسويق.
- تنبؤ الطلب والمبيعات باستخدام تحليل السلاسل الزمنية والخوارزميات التنبؤية.
- توقع استجابة العملاء للحملات والعروض التسويقية (Response Modeling).
- نماذج تحديد القيمة الدائمة المتوقعة للعميل (CLV Prediction).
- استشراف اتجاهات السوق والطلب باستخدام تحليلات التنبؤ.
- استخدام النماذج التنبؤية في تخصيص العروض والخصومات بشكل ديناميكي.
- تقييم دقة النماذج التنبؤية وتفسير نتائجها.

الوحدة الرابعة: تطبيقات عملية وأدوات لتعزيز الأداء التسويقي

- أدوات تحليلات الذكاء الاصطناعي الشائعة في التسويق (نظرة عامة عملية).
- تحسين تجربة العميل الشخصية عبر القنوات باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- تخصيص المحتوى والتوصيات في التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية.
- تحسين استهداف الإعلانات الرقمية باستخدام رؤى الذكاء الاصطناعي.
- تعزيز إدارة علاقات العملاء (CRM) بالذكاء الاصطناعي للتنبؤ بالاحتياجات.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في التسعير الديناميكي بناءً على سلوك العملاء.
- قياس تأثير الحملات التسويقية باستخدام تحليلات متقدمة.

الوحدة الخامسة: تنفيذ الاستراتيجيات وقياس العائد والأخلاقيات

- دمج تحليلات الذكاء الاصطناعي في خطط التسويق الاستراتيجية.
- بناء ثقافة التسويق القائم على البيانات داخل المؤسسة.
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لقياس نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي التسويقية.
- حساب عائد الاستثمار (ROI) لمبادرات الذكاء الاصطناعي في التسويق.
- التحديات التنظيمية والتنفيذية لتبني الذكاء الاصطناعي.
- المبادئ الأخلاقية والشفافية والانحياز في خوارزميات الذكاء الاصطناعي.
- استشراف مستقبل الذكاء الاصطناعي في تحليل بيانات العملاء والتسويق.

الأسئلة المتكررة:

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

لا توجد شروط مسبقة.

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

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

سؤال للتأمل:

كيف يمكن ضمان أن نماذج الذكاء الاصطناعي المستخدمة في تحليل سلوك العملاء لا تعكس أو تعزز انحيازات اجتماعية أو اقتصادية موجودة مسبقاً في البيانات التاريخية، وما هي الآليات الأخلاقية التي يجب وضعها لمراقبة ذلك وتصحيحه بشكل مستمر؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تميز هذه الدورة التدريبية المقدمة من BIG BEN Training Center بنهجها العملي التطبيقي الذي يتجاوز النظريات ليركز على حل مشكلات التسويق الحقيقية باستخدام الذكاء الاصطناعي. لا تكتفي الدورة بسرد المفاهيم، بل تغوص في كيفية تطبيق تقنيات التعلم الآلي وتحليل البيانات المتقدمة لاستخراج رؤى قابلة للتنفيذ مباشرة من سلوكيات العملاء المعقدة. يتميز المحتوى بتركيزه على اتخاذ القرارات التسويقية الاستباقية والتنبؤية، مدعومًا بدراسات حالة واقعية من قطاعات متنوعة تعكس تحديات السوق الفعلية. يعالج البرنامج بشكل صريح الجانب الحاسم للأخلاقيات والامتثال في تحليل بيانات العملاء، وهو جانب غالباً ما يُغفل. يقدم BIG BEN Training Center تجربة تعليمية تفاعلية عالية الجودة، حيث يشارك مدراء التسويق في تمارين جماعية تحاكي بيئة العمل، ويحصلون على تغذية راجعة مستمرة من خبراء متمرسين في مجال تطبيق الذكاء الاصطناعي في التسويق، مما يضمن نقل المعرفة والمهارات بشكل فعال لتطبيقها فوراً في المؤسسات.