الدورة التدريبية: تحليلات البيانات لتحسين المنتجات والخدمات الرقمية



23 - 27 نوفمبر 2026
أمستردام
5900 € (للشخص الواحد)
Ref: #DM1884_348195

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في العصر الرقمي الحالي، حيث تتنافس الشركات على جذب العملاء والاحتفاظ بهم، أصبحت البيانات أداة لا تقدر بثمن لتحسين المنتجات والخدمات. إن القدرة على جمع، تحليل، وتفسير البيانات بشكل فعال تسمح للمؤسسات بفهم سلوك العملاء، تحديد نقاط الألم، واكتشاف فرص جديدة للابتكار. لم يعد اتخاذ القرارات استناداً إلى الحدس كافياً، بل يجب أن يكون مدعوماً بتحليلات بيانات دقيقة وقابلة للتنفيذ. تهدف هذه الدورة التدريبية من BIG BEN Training Center إلى تزويد المهنيين بالمعرفة والمهارات اللازمة لاستخدام تحليلات البيانات بشكل استراتيجي لتحسين المنتجات والخدمات، مما يعزز رضا العملاء ويدفع النمو التجاري. ستتناول الدورة المفاهيم الأساسية لتحليل البيانات، أدوات جمع البيانات وتصورها، منهجيات تحليل سلوك المستخدم، وكيفية تطبيق الرؤى المستخلصة لاتخاذ قرارات تصميم وتطوير المنتجات. تستند الدورة إلى رؤى أكاديمية وعملية من خبراء مرموقين في علم البيانات وإدارة المنتجات، مثل Avinash Kaushik (أفيناش كوشيك)، وهو خبير عالمي في تحليلات الويب وقياس الأداء الرقمي، معروف بمنهجياته في تحويل البيانات إلى رؤى قابلة للتنفيذ، مما يضمن محتوى غنياً بالمعرفة النظرية والتطبيقية. ستمكن هذه الدورة المتدربين من تحويل البيانات إلى ميزة تنافسية تدعم الابتكار المستمر.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو المنتجات.
- محللو البيانات.
- خبراء تجربة المستخدم (UX).
- مسوقو النمو.
- متخصصو التحسين.
- مديرو التحليلات.
- رواد الأعمال.
- أي مهني معني بتحسين المنتجات والخدمات.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- التجارة الإلكترونية.
- تطوير البرمجيات والتطبيقات.
- الخدمات المالية الرقمية.
- الإعلام والترفيه.
- الرعاية الصحية الرقمية.
- التسويق الرقمي.
- الاستشارات.
- التعليم الإلكتروني.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة المنتجات.
- علم البيانات والتحليلات.
- التسويق الرقمي.
- تجربة المستخدم والتصميم.
- العمليات.
- الاستراتيجية والأعمال.
- البحث والتطوير.
- خدمة العملاء.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم دور تحليلات البيانات في تحسين المنتجات والخدمات.
- تحديد مصادر البيانات ذات الصلة بالمنتجات والخدمات.
- استخدام أدوات تحليل البيانات الشائعة.
- تفسير أنماط سلوك المستخدم في المنتجات.
- تحديد نقاط التحسين بناءً على البيانات.
- تطبيق الرؤى المستخلصة لاتخاذ قرارات تطوير المنتجات.
- قياس تأثير التغييرات على أداء المنتجات.
- بناء لوحات معلومات فعالة لمؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs).
- التعاون مع فرق التطوير والتصميم.
- دفع الابتكار القائم على البيانات.

منهجية الدورة التدريبية:

تتبنى هذه الدورة التدريبية منهجية عملية وموجهة نحو النتائج، مصممة لتمكين المشاركين من استخدام تحليلات البيانات بشكل فعال لتحسين المنتجات والخدمات. يتم تقديم المحتوى من خلال مزيج من المحاضرات التفاعلية، التي تشرح المفاهيم الأساسية لتحليل البيانات، أدواتها، وتطبيقاتها في إدارة المنتجات، وورش العمل التطبيقية المكثفة التي تتيح للمشاركين العمل مباشرة على مجموعات بيانات حقيقية. سيقوم المتدربون باستخدام أدوات التحليلات لتتبع سلوك المستخدم، وتحديد الاتجاهات، واكتشاف الأنماط، وصياغة توصيات لتحسين المنتجات والخدمات. يعزز العمل الجماعي مهارات التعاون وتبادل الخبرات في معالجة تحديات تحسين المنتجات باستخدام الرؤى المستخلصة من البيانات، بينما تتيح الجلسات التفاعلية فرصة لطرح الأسئلة وتلقي تغذية راجعة من المدربين الخبراء. يحرص BIG BEN Training Center على توفير بيئة تعليمية غنية بالأمثلة ودراسات الحالة من شركات رائدة، لضمان اكتساب المتدربين خبرة عملية مباشرة في تحويل البيانات إلى تحسينات ملموسة في أداء المنتجات والخدمات.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات تحليلات البيانات للمنتجات والخدمات.

- مقدمة إلى دور البيانات في تحسين المنتجات والخدمات.
- أنواع البيانات (سلوكية، ديموغرافية، تفضيلات).
- مصادر البيانات (تحليلات الويب، قواعد البيانات، استطلاعات).
- مفاهيم قياس الأداء ومؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs).
- الفرق بين البيانات الوصفية والاستنتاجية.
- دورة حياة تحليل البيانات (جمع، تنظيف، تحليل، تفسير).
- أمثلة على كيف تغير البيانات المنتجات.

الوحدة الثانية: جمع بيانات المنتجات والخدمات وتجهيزها.

- تخطيط جمع البيانات وتحديد الأدوات المناسبة.
- أدوات تحليلات الويب والتطبيقات (Google Analytics 4, Amplitude).
- إنشاء مسارات تتبع مخصصة.
- تنظيف وتحضير البيانات للتحليل.
- التعامل مع البيانات المفقودة والخارجة عن النطاق.
- دمج البيانات من مصادر متعددة.
- ضمان جودة البيانات ودقتها.

الوحدة الثالثة: تحليل سلوك المستخدم وتجاربه.

- تقنيات تحليل سلوك المستخدم (تحليل المسار، تحليل القمع).
- تحديد نقاط الاحتكاك في رحلة المستخدم.
- تحليل معدلات التحويل (Conversion Rates).
- تجزئة العملاء بناءً على سلوكهم.
- تحليل الاستبقاء (Retention Analysis) ومشاركة المستخدم.
- استخدام الاختبار أ/ب (A/B Testing) لتحسين المنتجات.
- دراسات حالة في تحليل سلوك المستخدم.

الوحدة الرابعة: اتخاذ القرارات القائمة على البيانات لتحسين المنتجات.

- تحويل الرؤى المستخلصة من البيانات إلى توصيات عملية.
- صياغة فرضيات التحسين القابلة للاختبار.
- استخدام البيانات لتحديد أولويات ميزات المنتجات.
- تعديل تصميم المنتج بناءً على تحليلات البيانات.
- تحسين تجربة المستخدم (UX) بالبيانات.
- ورشة عمل: اقتراح تحسينات للمنتج بناءً على مجموعة بيانات.
- قياس تأثير التحسينات.

الوحدة الخامسة: لوحات المعلومات والتوجهات المستقبلية.

- تصميم لوحات معلومات فعالة لأداء المنتجات.
- تصور البيانات (Data Visualization) لعرض الرؤى.
- إعداد تقارير منتظمة لتحليلات المنتجات.
- الاتجاهات المستقبلية في تحليلات المنتجات (الذكاء الاصطناعي التوليدي).
- التخصيص (Personalization) القائم على البيانات.
- دور التعلم الآلي في تطوير المنتجات.
- بناء ثقافة توجيه البيانات في فرق المنتجات.

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:

في عالم المنتجات والخدمات الرقمية المتغير باستمرار، حيث تتزايد توقعات العملاء وتتطور التقنيات بوتيرة سريعة، كيف يمكن للمؤسسات أن تضمن أن تحليلات البيانات لا تقتصر على مجرد فهم "ما حدث"، بل تتجاوز ذلك لتوقع "ما سيحدث" وتوجيه "ما يجب أن يحدث" لتقديم تجارب استثنائية وبناء علاقات دائمة مع العملاء؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية بتركيزها العملي والاستراتيجي على استخدام تحليلات البيانات كمحرك رئيسي لتحسين المنتجات والخدمات، مما يوفر للمشاركين فهماً عميقاً لكيفية تحويل البيانات إلى ميزة تنافسية. يقدم BIG BEN Training Center محتوى متقدماً يغطي جميع جوانب تحليل بيانات المنتجات، من جمع البيانات وتجهيزها إلى تحليل سلوك المستخدم واتخاذ القرارات القائمة على البيانات، مع التركيز على الأمثلة العملية ودراسات الحالة من شركات رائدة. تبرز الدورة بتوفيرها لورش عمل تطبيقية مكثفة تتيح للمشاركين استخدام أدوات التحليلات، وتصميم لوحات المعلومات، وصياغة توصيات لتحسين المنتجات، مما يضمن اكتسابهم خبرة مباشرة في تطبيق المفاهيم النظرية. هذا النهج المتكامل يضمن أن يكتسب المتدربون ليس فقط المعرفة العميقة، بل أيضاً الكفاءات العملية اللازمة ليصبحوا قادة في تحليلات المنتجات، قادرين على دفع الابتكار وتعزيز قيمة المنتجات والخدمات التي يقدمونها.