الدورة التدريبية: تحليل بيانات التسويق الرقمي وقياس الأداء المتقدم



07 - 11 ديسمبر 2026

ميونخ

5100 € (للشخص الواحد)

Ref: #MAR7364_311580

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

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

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:

بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد أتقن المهارات

التالية:

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

منهجية الدورة التدريبية:

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

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.
- مقدمة إلى Google Analytics: الهيكل والمفاهيم الأساسية.
- المقاييس والأبعاد في Google Analytics.
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في التسويق الرقمي.
- أهمية التحليلات في تحسين حملات التسويق.

الوحدة الثانية: الغوص في Google Analytics واستكشاف التقارير

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

الوحدة الرابعة: تحليل سلوك المستخدم وقياس العائد على الاستثمار

- تتبع سلوك المستخدم عبر الأحداث.
- 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:

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

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

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