

كتيب الحدث

في التسويق وتحليلات العملاء الذكاء الاصطناعي

Upcoming Training Event

جنيف, Switzerland · 14 September 2026

Skillslab Training Provider

Skills for Tomorrow's World 



وصف الدورة

المقدمة

القيمة، طمم لمساعدة المؤسسات على في التسويق وتحليلات العملاء برنامجًا تدريبيًا يُعد برنامج الذكاء الاصطناعي العملاء، وتخصيص والتحليلات التنبؤية، والأتمتة لتحسين الأداء توظيف الذكاء الاصطناعي، وبيانات العملاء، تنفيذًا عالي لم تعد المؤسسات قادرة على الخدمات، ودعم اتخاذ القرار الاستراتيجي. في اقتصاد التسويقي، وتعزيز التفاعل مع اليدوي، بل أصبحت بحاجة إلى أنظمة ذكية، الاعتماد فقط على الأساليب التسويقية التقليدية أو رقمي سريع التطور، الاصطناعي تحول فهم العملاء إلى أثر مؤسسي وتجاري ورؤى قائمة على البيانات، وقدرات مدعومة بالذكاء التحليل تم تطوير هذه الدورة للجهات

بالذكاء والشركات الكبرى، والقيادات التنفيذية التي تسعى الحكومية، والوزارات، ومؤسسات القطاع العام، قابل للقياس. رحلة العميل، والتخصيص، الاصطناعي، وتحليلات العملاء، وتقسيم الجمهور، إلى تعزيز قدراتها في التسويق المدعوم المشاركين على فهم كيفية دعم الذكاء وأتمتة التسويق، وقياس الأداء. وتوفر الدورة أطرا وتحسين الحملات، وفهم القيمة العملاء، ورفع فاعلية الاتصال، والتنبؤ بالسلوك، الاصطناعي للاستراتيجية التسويقية، وتحسين رؤى عملية تساعد تتمثل

وصف بيانات العملاء إلى قرارات التنفيذ لهذا البرنامج في مساعدة المؤسسات على ودعم قرارات أكثر سرعة ودقة. كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي وتحليلات تسويقية ذكية وتنبؤية وموجهة نحو التنفيذ. سيتعلم الانتقال من مجرد كفاءة الاستثمارات التسويقية، وتعزيز التفاعل مع العملاء لتحديد الفرص، وتحسين تجارب العملاء، ورفع المشاركين بنهاية هذه وقادرة على تقديم قيمة استراتيجية قابلة أصحاب المصلحة، وبناء وظيفة تسويقية جاهزة للمستقبل

أهداف الدورة

فهم الدور الاستراتيجي للذكاء الدورة التدريبية، سيتمكن المشاركون للقياس.

- تحديد التطبيقات الاصطناعي في التسويق الحديث، والتفاعل مع العملاء، من:
- بيانات التسويقية، وتحليلات العملاء، وإدارة الحملات، العملية للذكاء الاصطناعي في الاستراتيجية والأداء المؤسسي.

تحليل

- الجمهور المدعوم واتجاهات التفاعل، وفرص العملاء لاكتشاف الاحتياجات، والأنماط السلوكية، وتجربة العملاء.

تطبيق تقسيم

- استخدام التحليلات بالذكاء الاصطناعي لتحسين الاستهداف، والتخصيص، النمو.
- التسويقية والطلب على الخدمات، ومخاطر فقدان التنبؤية لتوقع سلوك العملاء، ونتائج الحملات، وملاءمة الرسائل.

تحسين القرارات

- استكشاف أدوات من خلال لوحات المتابعة، ومؤشرات الأداء، وتمثيل العملاء.
- تعزيز أتمتة التسويق ومسارات العمل الذكية لرفع كفاءة البيانات بصريًا.
- البيانات والتوصيات المدعومة بالذكاء تحليل رحلة العميل من خلال الرؤى القائمة على الحملات والتفاعل مع العملاء.

فهم الاعتبارات

- تحويل رؤى الذكاء التسويق المدعوم بالذكاء الأخلاقية، والحوكمة، والخصوصية، وجودة البيانات في الاصطناعي.
- محتوى الدورة: البرنامج أثرًا مؤسسيًا قابلًا الاصطناعي وتحليلات العملاء إلى خطط عمل عملية تدعم الاصطناعي.

الاستراتيجي استراتيجية التسويق المدعوم بالذكاء الاصطناعي وأسس التدريبي لمدة خمسة أيام اليوم الأول: للقياس.

الدور

- كيف يعيد الذكاء الاصطناعي للذكاء الاصطناعي في التسويق والتفاعل مع تحليلات العملاء.

- فهم تحليلات العملاء تشكيل رؤى العملاء، وتخطيط الحملات، والتخصيص، العملاء.

- الفرق بين التحليلات بوصفها محركًا للأداء التسويقي والقيمة واتخاذ القرار.

- الذكاء الاصطناعي في التنبؤ، ودعم القرار المدعوم بالذكاء التقليدية، والتحليلات المتقدمة، والتحليلات المؤسسية.

- التسويق المدعوم والشركات الكبرى والمؤسسات الجهات الحكومية والوزارات ومؤسسات القطاع العام الاصطناعي.

مواصفة

- تحديد حالات الاستخدام العملاء، واستراتيجيات التحول بالذكاء الاصطناعي مع أهداف المؤسسة، وأولويات الخدمة.

- بناء عقلية تسويقية قائمة والاتصال، وتقديم الخدمات، وتجربة عالية القيمة للذكاء الاصطناعي في التسويق، الرقمي.

- تطبيق عملي: على البيانات وجاهزة للذكاء الاصطناعي عبر الفرق العملاء.

- اليوم تقييم فرص الذكاء الاصطناعي الحالية وفجوات تحليلات والمستويات القيادية.

فهم الثاني: بيانات العملاء وذكاء الجمهور والتقسيم العملاء داخل مؤسسة مختارة.

- وملاحظات العملاء، وأنظمة مصادر بيانات العملاء عبر القنوات الرقمية، ومنصات المدعوم بالذكاء الاصطناعي

تقييم جودة البيانات المبيعات، والسجلات الخدمة، والحملات،

- تحليل سلوك العملاء واكتمالها ودقتها وسهولة الوصول إليها واستخدامها التشغيلية.

- بناء ملفات وصفية للعملاء وتفضيلاتهم واحتياجاتهم وتكرار تفاعلهم وتاريخهم المسؤول.
- استخدام التقسيم المدعوم ونماذج ذكاء الجمهور لدعم استراتيجيات أكثر الخدمي.
- عبر السلوك، والقيمة، والنية، والاحتياجات، ومرحلة دورة بالذكاء الاصطناعي لتحديد مجموعات العملاء وفق ملائمة.

فهم فرص التخصيص

- تحويل بيانات العملاء إلى الاتصال، والخدمات، والحملات، ورحلات الحياة.
- إدارة الخصوصية، رؤى تسويقية وخدمية قابلة العملاء.
- تطبيق عملي: تطوير شرائح والموافقة، والحوكمة، والثقة في استخدام بيانات للتنفيذ.
- اليوم الثالث: عملاء وتحديد فرص تخصيص قائمة على الذكاء العملاء.
- فهم التحليلات التنبؤية التحليلات التنبؤية وذكاء رحلة العميل الاصطناعي.
- استخدام أنماط سلوك ودورها في التسويق واتخاذ القرار المرتبط والتخصيص
- تطبيق تحليلات رحلة فقدان العملاء، والطلب، واحتمالية العملاء لتوقع الاحتياجات، والتفضيلات، ومخاطر بالعملاء.
- استخدام العميل لتحديد نقاط التواصل الرئيسية، ونقاط الاستجابة.
- الخدمة، وملاءمة المحتوى، وتوقيت الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة العملاء، وتوصيات التعقيد، وفرص التحول.

بناء استراتيجيات تخصيص

- فهم الاتصال.
- تحديد فرص التفاعل أنظمة التوصية وتطبيقاتها في التسويق والبيئات تعزز التفاعل والرضا والولاء.

- تجنب الخدمة.

- تطبيق عملي: رسم رحلة عميل الأخطاء الشائعة في تفسير الرؤى التنبؤية وتحليلات الاستباقي والاتصال الموجه.

- اليوم العملاء.

فهم أتمتة التسويق وتصميم الرابع: أتمتة التسويق وتحسين الحملات وتحليلات وتحديد فرص الرؤى التنبؤية.

- استخدام الأداء

- من الجمهور، وتحسين المحتوى، واختيار الذكاء الاصطناعي لدعم تخطيط الحملات، واستهداف مسارات العمل الذكية.

تحسين فاعلية الحملات

- تطبيق رؤى المحتوى المدعومة خلال الاختبار، والتحسين، والتعلم من القنوات.

- قياس أداء الحملات من بالذكاء الاصطناعي لتحسين الرسائل والملاءمة الأداء.

- بناء لوحات متابعة والرضا، والعائد من الاستثمار خلال الوصول، والتفاعل، والتحول، والاحتفاظ، والتفاعل.

- ربط التسويقي.

- إدارة تحليلات العملاء بالمبيعات، والخدمة، والاتصال، لقيادات التسويق وصناع القرار.

- تطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي، ومخاطر الأتمتة، وضبط ومبادرات التحول الرقمي.

- حوكمة الاصطناعي ولوحة متابعة عملي: تصميم إطار لتحسين حملة مدعومة بالذكاء الجودة، والرقابة البشرية.

اليوم الخامس:

فهم حوكمة الذكاء الاصطناعي الذكاء الاصطناعي والتسويق الأخلاقي وخارطة للأداء.

• إدارة التنفيذ

- والاستخدام المسؤول لبيانات الخصوصية، والشفافية، والإنصاف، والتحيز، والأمان، في التسويق وتحليلات العملاء.

وضع سياسات داخلية

- بناء للقرارات التسويقية المدعومة بالذكاء الاصطناعي العملاء.

- والشؤون القانونية، والامتثال، والخدمة، التوافق بين فرق التسويق، والبيانات، والتقنية، والاتصال الآلي مع العملاء.

ترتيب أولويات مبادرات

- تطوير خارطة طريق لتطبيق وإمكانية التنفيذ، والمخاطر، وجاهزية الذكاء الاصطناعي التسويقية بناءً على الأثر، والقيادة.

- قياس الأثر الاستراتيجي التحول التسويقي المدعوم بالذكاء المؤسسة.

- إعداد توصيات للذكاء الاصطناعي في التسويق، والتفاعل مع العملاء، الاصطناعي.

- تطبيق ختامي: عرض خارطة تنفيذية لاعتماد الذكاء الاصطناعي ورفع نضج تحليلات وأداء الخدمات.

- الفئة طريق لتطبيق الذكاء الاصطناعي في التسويق وتحليلات العملاء.

تستهدف هذه الدورة الموهنيين العملاء.

القائم التسويقية، وتحليلات العملاء، والتحول الرقمي، والمديرين وصناع القرار المسؤولين عن الاستراتيجية المستهدفة

التسويق ورؤساء إدارات على البيانات، وتحسين الخدمات، أو الأداء المؤسسي، وتجربة العملاء، والاتصال، واتخاذ القرار

مديرو

- مديرو التسويق الرقمي ومنهم:

- متخصصو تحليلات التسويق.

- فرق تجربة ومتخصصو الحملات.

- متخصصو العملاء ورؤى العملاء.

- فرق العملاء والتميز الخدمي.

- مديرو التحول الرقمي تحليل البيانات وذكاء الاتصال والعلاقات العامة.

- مسؤولو المبيعات وإدارة الأعمال.

- فرق والابتكار.

- القيادات ورؤساء الإدارات الاتصال وتحسين الخدمات وتفاعل المواطنين في القطاع الحسابات وتطوير الأعمال.

- متطلبات الراغبون في دمج الذكاء الاصطناعي ضمن استراتيجية العام.

لا تتطلب هذه الدورة خبرة تقنية التسويق والعملاء.

فهذا عامًا للتسويق أو متقدمة أو معرفة بالبرمجة، إلا أنه يُفضل أن يمتلك الدورة

- خبرة أو الاتصال أو تجربة العملاء أو تحليل البيانات أو المشاركون:

- مع العملاء، أو تحسين الخدمات، أو مشاركة مهنية في التخطيط التسويقي، أو الحملات، أو الاستراتيجية المؤسسية.

رغبة التفاعل

- القرار، والتخصيص، والأداء، وقيمة في استخدام الذكاء الاصطناعي وتحليلات العملاء التحليلات، أو التحول الرقمي.

استعدادًا للمشاركة في تحسين اتخاذ

- قدرة على ربط مفاهيم النقاشات ودراسات الحالة والتمارين والتحليلات العميل.

- منهجية ورحلات الخدمة، والأولويات الدورة بتحديات تسويقية واقعية، وبيانات العملاء، العملية.

تعتمد منهجية التدريب على الجمع بين المؤسسية.

فهم الذكاء العملاء العملية، والتطبيق الواقعي في التسويق. استراتيجية الذكاء الاصطناعي التنفيذية، وتحليلات التدريب

التفاعل، والأداء، الاصطناعي بوصفه قدرة تسويقية استراتيجية، وتطبيق وتهدف الدورة إلى مساعدة المشاركين على

تشمل المنهجية أدوات تحليلات العملاء لتحسين

جلسات تفاعلية يقودها والتخصيص، واتخاذ القرار.

- حالة من بيانات وتحليلات العملاء، واتخاذ القرار خبير متخصص في التسويق المدعوم بالذكاء الاصطناعي، التدريبية:

دراسات

- تمارين الاستراتيجي.

- وتحديد الرؤى التنبؤية، وتحسين عملية في تقسيم العملاء، وتحليل رحلة العميل، حكومية ومؤسسية وشركات كبرى.

نقاشات جماعية حول تبني

- سيناريوهات تطبيقية الأخلاقي، وثقة العملاء، وقياس الذكاء الاصطناعي، ودوكمة البيانات، والتسويق الحملات.

- نماذج عملية لترتيب أولويات لاستخدام تحليلات العملاء في حل تحديات تسويقية الأداء.

- خبرات ونماذج التقسيم، ولوحات المتابعة، وخرائط استخدامات الذكاء الاصطناعي، وخطط تحليلات العملاء، وخدمة.

تعلم تشاركي وتبادل

- إعداد خطة تنفيذ ختامية القرار المدعوم بالذكاء بين المشاركين لتعزيز التفكير التحليلي واتخاذ التنفيذ.
- بعد لدعم التطبيق داخل بيئة العمل بعد انتهاء الاصطناعي.

مخرجات التعلم

كيفية تعزيز الذكاء العملاء، سيكون المشاركون قادرين إتمام برنامج الذكاء الاصطناعي في التسويق وتحليلات الدورة.

فهم

- تحديد الاصطناعي للاستراتيجية التسويقية، والتفاعل مع على:
- وتقديم الخدمات، وتجربة حالات استخدام عملية للذكاء الاصطناعي في التسويق، العملاء، والأداء المؤسسي.
- تحليل بيانات العملاء والاتصال،

- تطوير أساليب تقسيم عملاء لاكتشاف الأنماط والاحتياجات والتفضيلات وفرص العملاء.
- استخدام مفاهيم التحليلات مدعومة بالذكاء الاصطناعي لتحقيق استهداف وتخصيص النمو.
- تطبيق تحليلات العملاء الاحتفاظ، وتحسين رحلة التنبؤ لدعم تخطيط الحملات، واستراتيجيات أكثر دقة.
- بناء لوحات متابعة وتقارير لتحسين ملائمة المحتوى، وأداء القنوات، ورضا العميل.
- فهم متطلبات الأخلاقيات تنفيذية تدعم القرارات التسويقية المبنية على العملاء.
- تعزيز والخصوصية والحوكمة وجودة البيانات للاستخدام الأدلة.
- إعداد خارطة طريق التكامل بين فرق التسويق والبيانات والتقنية المسؤول للذكاء الاصطناعي.
- تقدم العملاء قابلة للتطبيق في بيئة عملية للذكاء الاصطناعي في التسويق وتحليلات والخدمة والقيادة.

ملف المدرب

عملية واستشارية واسعة. يمتلك المدرب خبرة قوية في هذه الدورة من قبل خبير معتمد دوليًا يتمتع بخبرة العمل، والتحليلات التنبؤية، العملاء، واستراتيجية التسويق الرقمي، وأتمتة التسويق المدعوم بالذكاء الاصطناعي، وتحليلات على البيانات، والاستشارات المؤسسية. ويجمع وتحليل رحلة العميل، وقياس الأداء، واتخاذ القرار التسويقي، ورؤى العملاء، المتقدمة التحليلية العملية، بما يساعد المشاركين على فهم أسلوب التدريب بين الرؤية التنفيذية والأدوات القائم وبيئات القطاع العام والشركات وتطبيق تحليلات العملاء مباشرة داخل البيئات مفاهيم الذكاء الاصطناعي في التسويق الكبرى. الحكومية والمؤسسية

تواصل معنا

هذا الحدث، يُرجى التواصل معنا: لتأمين مكانك أو للحصول على مزيد من المعلومات حول

الموقع الإلكتروني

www.skillslab-training.com

البريد الإلكتروني

info@skillslab-training.com

+966 559 653 447 واتساب

Generated by Skillslab Training

info@skillslab-training.com | واتساب: +966 559 653 447

www.skillslab-training.com