BLACKBIRD FOR TRAINING

دورة تحليلات التسويق والرؤى الاستراتيجية

14 – 18 مارس 2027

دبي (الإمارات العربية المتحدة)



دورة تحليلات التسويق والرؤى الاستراتيجية

المرجع: 179903_3254833 **التاريخ:** 14 – 18 مارس 2027 **المكان:** دبي (الإمارات العربية المتحدة) **الرسوم:** GBP 4200

مقدمة

في عالم التسويق الرقمي الذي يتطور باستمرار، أصبح فهم البيانات وتحليلها من الأمور الأساسية لدعم القرارات الاستراتيجية وتحسين الجهود التسويقية. تحليلات التسويق والرؤى هو دورة شاملة تهدف إلى تزويد المشاركين بالأدوات والتقنيات اللازمة لتحليل أداء الحملات التسويقية، وتفسير المقاييس الرئيسية، وتوليد رؤى قابلة للتنفيذ. من خلال تمارين عملية وسيناريوهات واقعية، سيتعلم المشاركون كيفية استخدام تحليلات البيانات التسويقية لقياس نجاح الحملات، وتحديد اتجاهات السوق، وتعزيز تفاعل العملاء.

أهداف الدورة

بحلول نهاية الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم المفاهيم الأساسية لـ تحليلات التسويق ودورها في اتخاذ القرارات الاستراتيجية.
- جمع وتحليل وتفسير البيانات التسويقية لقياس الأداء.
- تطبيق أدوات تحليل التسويق الرقمي لتحسين الحملات وتجارب العملاء.
- توليد رؤى قابلة للتنفيذ لدعم القرارات التسويقية الاستراتيجية.
- الاستفادة من تقنيات تصور البيانات لتقديم تقارير واضحة ومؤثرة.

محاور الدورة

اليوم الأول: مقدمة في تحليلات التسويق وجمع البيانات



- تعريف تحليلات التسويق وأهميتها في استراتيجيات الأعمال.
- المفاهيم الأساسية: رسم رحلة العميل، نقاط التفاعل، قمع التحويل.
- أنواع البيانات المختلفة:
  - بيانات الطرف الأول، الثاني، والثالث.
  - البيانات الكمية مقابل البيانات النوعية.
- أدوات جمع البيانات: تحليلات جوجل، أنظمة إدارة علاقات العملاء CRM، تحليلات وسائل التواصل الاجتماعي.
- جلسة عملية: إعداد Google Analytics واستكشاف المقاييس الرئيسية.

اليوم الثاني: تحليل الأداء التسويقي والمقاييس الرئيسية

- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs في التسويق: تحليل حركة المرور، معدلات التحويل، معدل الارتداد، معدل النقر CTR.
- تحليل أداء الحملات: حملات البريد الإلكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي، حملات الدفع لكل نقرة PPC.
- نماذج الإسناد وقياس العائد على الاستثمار ROI في الحملات التسويقية.
- تدريب عملي: تحليل بيانات حملة حقيقية وحساب ROI.
- دراسة حالة: استراتيجيات ناجحة لتحليل التسويق في شركات عالمية.

اليوم الثالث: التجزئة والاستهداف والرؤى التسويقية

- التجزئة المستندة إلى البيانات وتحديد الجمهور المستهدف.
- فهم قيمة عمر العميل CLV وتأثيرها على استراتيجيات التسويق.
- تحديد سلوك العملاء وتفضيلاتهم وأنماط الشراء.
- استخدام تحليل RFM الحداثة، التكرار، القيمة المالية لاستهداف أكثر فعالية.
- ورشة عمل: بناء شخصيات العملاء باستخدام بيانات تحليلية.

اليوم الرابع: تصور البيانات ولوحات التحكم التسويقية

- أهمية تصور البيانات في اتخاذ القرارات التسويقية.
- أدوات التصور: Tableau، Power BI، Google Data Studio.
- إنشاء لوحات تحكم فعالة وتقديم رؤى تسويقية.
- أفضل الممارسات لعرض البيانات لأصحاب المصلحة.
- نشاط جماعي: تصميم لوحة معلومات لحملة تسويقية فعلية.



اليوم الخامس: اتخاذ القرارات الاستراتيجية والتحليلات التنبؤية

- استخدام التحليلات في اتخاذ القرارات الاستراتيجية في التسويق.
- مقدمة في التحليلات التنبؤية ودورها في التوقع المستقبلي.
- استخدام التعلم الآلي للتنبؤ بسلوك العملاء.
- بناء استراتيجيات تسويق قائمة على البيانات لتحقيق ميزة تنافسية.
- المشروع النهائي: تحليل حملة تسويقية وتقديم توصيات استراتيجية.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- اكتساب مهارة جمع وتحليل وتفسير البيانات التسويقية لدعم اتخاذ القرارات.
- تعزيز الحملات التسويقية من خلال فهم مقاييس الأداء وسلوك العملاء.
- تعلم كيفية إنشاء تصورات ولوحات تحكم فعالة لتوضيح البيانات.
- دعم النمو التجاري من خلال الاستفادة من الرؤى في التخطيط الاستراتيجي.

الخاتمة

تعد تحليلات التسويق والرؤى مهارة أساسية للمسوقين العصريين الذين يطمحون إلى تحسين الحملات، وتعزيز تفاعل العملاء، ودفع النمو التجاري. تمكن هذه الدورة المشاركين من استخدام أدوات تحليل البيانات التسويقية بفعالية لجمع وتحليل البيانات واتخاذ قرارات تسويقية مستنيرة.

مع نهاية التدريب، سيكون المشاركون قادرين على اتخاذ قرارات تسويقية مبنية على البيانات، والتنبؤ بالاتجاهات، وتعظيم تأثير الحملات.

