

الذكاء الاصطناعي في التجارة الإلكترونية: إتقان التسعير الديناميكي والتحليل

4 - 8 يوليو 2027

عمّان (الأردن)

UK Traininig

PARTNER



الذكاء الاصطناعي في التجارة الإلكترونية: إتقان التسعير الديناميكي والتحليل

المرجع: 349120_3255704 التاريخ: 4 - 8 يوليو 2027 المكان: عمان (الأردن) الرسوم: GBP 4900

مقدمة

أصبح الذكاء الاصطناعي عنصرًا مهمًا في تطوير التجارة الإلكترونية، حيث يساعد المؤسسات على تحليل سلوك العملاء، وفهم حركة الطلب، وتحسين قرارات التسعير، وإدارة العروض بطريقة أكثر دقة. ومع زيادة المنافسة في الأسواق الرقمية، لم يعد الاعتماد على التسعير الثابت أو التحليل التقليدي كافيًا، بل أصبحت الشركات بحاجة إلى أدوات ذكية تساعد على قراءة البيانات، ومراقبة التغيرات، والاستجابة السريعة لاتجاهات السوق.

تركز هذه الدورة على موضوع الذكاء الاصطناعي في التجارة الإلكترونية: إتقان التسعير الديناميكي والتحليل من خلال ربط المفاهيم الأساسية بالتطبيقات العملية في بيئة التجارة الرقمية. وتتناول الدورة استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل بيانات المبيعات، وسلوك العملاء، والمنافسين، والطلب، والمخزون، بهدف بناء استراتيجيات تسعير أكثر مرونة ودقة.

تم تصميم محتوى الدورة لمدة خمسة أيام بشكل متسلسل، يبدأ من فهم دور الذكاء الاصطناعي في التجارة الإلكترونية، ثم ينتقل إلى تحليل البيانات، وفهم سلوك العملاء، وبناء نماذج التسعير الديناميكي، وتحليل الأداء، وصولاً إلى تطبيق شامل يربط جميع المحاور بحالة عملية. ويعتمد المحتوى على الموضوعات الرئيسية الواردة في النص المرسل حول الذكاء الاصطناعي في التجارة الإلكترونية والتسعير الديناميكي والتحليل.

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

UK Training

PARTNER



- فهم دور الذكاء الاصطناعي في تطوير التجارة الإلكترونية وتحسين قرارات التسعير.
- التعرف على مفهوم التسعير الديناميكي وأهميته في الأسواق الرقمية.
- تحليل بيانات المبيعات والعملاء لاستخلاص مؤشرات تساعد في اتخاذ القرار.
- فهم العلاقة بين الطلب، والمنافسة، والمخزون، وسلوك العميل في تحديد السعر.
- استخدام التحليلات الذكية في متابعة اتجاهات السوق وتغيرات الأسعار.
- تحديد العوامل المؤثرة في بناء استراتيجية تسعير مرنة وفعالة.
- تحليل أداء المنتجات والعروض وفقًا للبيانات والمؤشرات.
- تقييم أثر التسعير الديناميكي على الإيرادات، والربحية، ورضا العملاء.
- فهم استخدام الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالطلب وتحسين القرارات التجارية.
- التعرف على متطلبات جودة البيانات عند استخدام أدوات التحليل الذكية.
- دراسة التحديات المرتبطة بالتسعير الآلي، والشفافية، وثقة العملاء.
- إعداد تصور عملي لاستخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين التسعير والتحليل داخل منصة تجارة إلكترونية.

محاورة الدورة

اليوم الأول: مدخل إلى الذكاء الاصطناعي في التجارة الإلكترونية.

- مفهوم الذكاء الاصطناعي ودوره في تطوير التجارة الإلكترونية.
- تطور استخدام التحليلات الذكية في المنصات والمتاجر الرقمية.
- العلاقة بين البيانات، وسلوك العملاء، وقرارات التسعير.
- أهم مجالات استخدام الذكاء الاصطناعي في التجارة الإلكترونية.
- أثر الذكاء الاصطناعي على تجربة العميل، والمبيعات، والربحية.
- مناقشة أمثلة عملية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في بيئات التجارة الرقمية.

اليوم الثاني: تحليل بيانات العملاء والمبيعات.

- أنواع البيانات المستخدمة في التجارة الإلكترونية وتحليل الأداء.
- جمع بيانات العملاء والمبيعات وتنظيمها لاستخدامها في التحليل.
- تحليل سلوك العملاء من حيث التصفح، والشراء، والتكرار، والتخلي عن السلة.
- قراءة مؤشرات المبيعات والمنتجات والعروض الترويجية.
- استخدام البيانات في فهم احتياجات العملاء وتوقع أنماط الطلب.
- تطبيق عملي على تحليل بيانات متجر إلكتروني وربط النتائج بقرارات تجارية.

UK Traininig

PARTNER



اليوم الثالث: التسعير الديناميكي وبناء قرارات السعر.

- مفهوم التسعير الديناميكي وآلية عمله في التجارة الإلكترونية.
- العوامل المؤثرة في تحديد السعر مثل الطلب، والمنافسة، والمخزون، والموسمية.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في متابعة تغيرات الأسعار واتجاهات السوق.
- تصميم قواعد تسعير مرنة وفقاً للبيانات والأهداف التجارية.
- تقييم أثر السعر على معدل التحويل، والإيرادات، والربحية.
- تطبيق عملي على بناء تصور لتسعير منتج وفق مجموعة من البيانات والمؤشرات.

اليوم الرابع: التنبؤ والتحليل المتقدم للأداء التجاري.

- استخدام التحليلات التنبؤية في توقع الطلب وحركة المبيعات.
- تحليل أداء المنتجات وتحديد المنتجات الأعلى والأقل مساهمة في النتائج.
- قياس أثر الحملات والعروض على سلوك الشراء والإيرادات.
- استخدام المؤشرات لمتابعة الربحية، ومعدل التحويل، وقيمة الطلب.
- تحليل العلاقة بين التسعير وتجربة العميل وولائه.
- تطبيق عملي على قراءة نتائج تحليلية واقتراح قرارات لتحسين الأداء.

اليوم الخامس: الحوكمة والتطبيق الشامل للتسعير والتحليل.

- متطلبات جودة البيانات ودقتها في نماذج التسعير والتحليل.
- التحديات المرتبطة بالتسعير الآلي وتأثيره على ثقة العملاء.
- الجوانب الأخلاقية والتنظيمية في استخدام الذكاء الاصطناعي في التسعير.
- مراجعة مؤشرات نجاح التسعير الديناميكي والتحليل التجاري.
- إعداد خطة متابعة وتحسين مستمر لقرارات التسعير والأداء.
- تطبيق شامل لبناء تصور عملي لاستخدام الذكاء الاصطناعي في التسعير والتحليل داخل منصة تجارة إلكترونية.



لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- اكتساب فهم عملي لدور الذكاء الاصطناعي في التجارة الإلكترونية.
- تحسين القدرة على تحليل بيانات العملاء والمبيعات بطرق أكثر تنظيماً.
- فهم آليات التسعير الديناميكي وربطها بأهداف الإيرادات والربحية.
- استخدام البيانات في توقع الطلب واتجاهات السوق.
- تطوير القدرة على تحليل المنافسة وتأثيرها على قرارات التسعير.
- تحسين قرارات العروض والخصومات بناءً على مؤشرات واضحة.
- ربط التسعير بتجربة العميل ومعدلات التحويل والولاء.
- تقييم أثر نماذج الذكاء الاصطناعي على الأداء التجاري.
- فهم تحديات جودة البيانات والحوكمة في التسعير التلي.
- إعداد تصور عملي يمكن تطبيقه لتحسين التسعير والتحليل داخل بيئة تجارة إلكترونية.

الخاتمة

تقدم دورة الذكاء الاصطناعي في التجارة الإلكترونية: إتقان التسعير الديناميكي والتحليل إطاراً تدريبياً عملياً يساعد المشاركين على فهم كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين قرارات التسعير والتحليل داخل بيئات التجارة الرقمية. وتغطي الدورة الجوانب الأساسية التي تربط بين البيانات، وسلوك العملاء، والمبيعات، والمنافسة، والمخزون، والتسعير، بما يدعم بناء قرارات أكثر دقة وارتباطاً بواقع السوق.

يعتمد البرنامج على تسلسل واضح يبدأ من المفاهيم العامة للذكاء الاصطناعي في التجارة الإلكترونية، ثم ينتقل إلى تحليل بيانات العملاء والمبيعات، وبعد ذلك يركز على التسعير الديناميكي وبناء قرارات السعر. كما يتناول التحليلات التنبؤية وقياس الأداء التجاري، قبل الوصول إلى الحوكمة والتطبيق الشامل في اليوم الأخير.

ومن خلال التطبيق العملي، يتمكن المشاركون من ربط محتوى الدورة بحالة واقعية داخل منصة تجارة إلكترونية، وتحليل فرص استخدام الذكاء الاصطناعي في التسعير، وتحديد المتطلبات، والمخاطر، ومؤشرات النجاح. وبذلك توفر الدورة معرفة قابلة للتطبيق في مجالات التجارة الإلكترونية، والمبيعات، والتسويق، وإدارة المنتجات، والتحليل التجاري، بما يدعم تحسين الإيرادات، ورفع كفاءة القرارات، وتعزيز تجربة العملاء.

UK Training

PARTNER

