

رقم الدورة 1253

دورة الذكاء الاصطناعي للتسويق

الذكاء الاصطناعي لتطبيقات الأعمال
الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 ايام



نظرة عامة على الدورة

تُعد دورة الذكاء الاصطناعي للتسويق من البرامج التدريبية المتقدمة التي تهدف إلى تمكين المتخصصين في التسويق والاتصال المؤسسي وتطوير الأعمال من توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين الأداء التسويقي، وتعزيز تجربة العملاء، وزيادة فعالية الحملات التسويقية، ودعم اتخاذ القرارات المبنية على البيانات، ومع التحول الرقمي المتسارع وازدياد المنافسة في مختلف القطاعات، أصبح الذكاء الاصطناعي عنصراً استراتيجياً يساعد المؤسسات على فهم الأسواق والعملاء بصورة أعمق، وتخصيص الرسائل التسويقية، وتحسين العائد على الاستثمار، وبناء علاقات أكثر استدامة مع العملاء. وتوفر هذه الدورة إطاراً متكاملًا لتطبيق الذكاء الاصطناعي في جميع مراحل التخطيط والتنفيذ والتقييم التسويقي.

يركز البرنامج على كيفية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، مثل الذكاء الاصطناعي التوليدي، وتعلم الآلة، والتحليلات التنبؤية، ومعالجة اللغة الطبيعية، وتحليل المشاعر، وذكاء الأعمال، وأتمتة التسويق، لتحليل الأسواق، وتقسيم العملاء، وتصميم الحملات التسويقية، وإنشاء المحتوى، وتحسين الإعلانات الرقمية، وإدارة قنوات التسويق متعددة المنصات، والتنبؤ بسلوك العملاء واتجاهات السوق. كما يتعرف المشاركون على كيفية دمج هذه التقنيات مع منصات إدارة علاقات العملاء (CRM)، وأنظمة أتمتة التسويق، ومنصات التحليلات الرقمية لتحقيق نتائج تسويقية أكثر كفاءة وفعالية.

كما تستعرض الدورة أفضل الممارسات العالمية في دمج الذكاء الاصطناعي مع استراتيجيات التسويق الحديثة، مع التركيز على حوكمة الذكاء الاصطناعي، وإدارة البيانات، وحماية خصوصية العملاء، والأمن السيبراني، والامتثال، وأخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في الأنشطة التسويقية. كما توضح كيفية بناء استراتيجيات تسويق ذكية تعتمد على البيانات، وتحقيق التوازن بين الابتكار، والالتزام التنظيمي، وتحقيق القيمة طويلة الأجل للمؤسسة.

وتجمع دورة الذكاء الاصطناعي للتسويق بين المفاهيم الاستراتيجية والتطبيقات العملية من خلال ورش عمل، وتمارين تطبيقية، ودراسات حالة واقعية، تساعد المشاركين على تصميم وتنفيذ مبادرات تسويقية ذكية تدعم النمو المؤسسي والميزة التنافسية. وبنهاية الدورة سيكون المشاركون قادرين على تحسين أداء الحملات التسويقية، وتعزيز تجربة العملاء، وزيادة معدلات التحويل، وتحقيق عائد أفضل على الاستثمار التسويقي، ودعم برامج التحول الرقمي في مختلف القطاعات الحكومية والخاصة.

أهداف الدورة

- تحليل الاستراتيجيات والعمليات التسويقية لتحديد فرص تطبيق الذكاء الاصطناعي خلال البرنامج التدريبي.
- تطوير استراتيجيات تسويق ذكية تعتمد على الذكاء الاصطناعي بما يتوافق مع أهداف المؤسسة وخطط النمو.
- تقييم سلوك العملاء واتجاهات السوق باستخدام التحليلات الذكية والبيانات.
- تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين الحملات التسويقية، وإنشاء المحتوى، وإدارة التفاعل مع العملاء.
- تصميم عمليات تسويق ذكية تدمج الذكاء الاصطناعي مع أنظمة إدارة علاقات العملاء ومنصات أتمتة التسويق.
- تحسين تجربة العملاء، ومعدلات التحويل، والعائد على الاستثمار من خلال التحليلات الذكية والتخصيص.
- تعزيز حوكمة الذكاء الاصطناعي، وحماية بيانات العملاء، والامتثال، وإدارة المخاطر في الأنشطة التسويقية.
- تنفيذ منهجيات لقياس الأداء التسويقي باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية ولوحات المعلومات الذكية.
- تقييم جاهزية المؤسسة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في إدارات التسويق والاتصال المؤسسي.
- مواهمة مبادرات الذكاء الاصطناعي مع استراتيجيات التسويق، والتحول الرقمي، وتجربة العملاء، والتميز المؤسسي.
- الفئات المستهدفة:
- ضُمت دورة الذكاء الاصطناعي للتسويق لمديري التسويق، ومديري التسويق الرقمي، ومديري العلامات التجارية، ومديري الاتصال المؤسسي، ومديري تجربة العملاء، ومديري تطوير الأعمال، ومديري المبيعات، ومديري التجارة الإلكترونية، ومديري التحول الرقمي، ومديري الابتكار، والقيادات التنفيذية وصناع القرار المسؤولين عن تطوير الاستراتيجيات التسويقية وتعزيز النمو المؤسسي.
- كما تستهدف العاملين في الوزارات، والهيئات الحكومية، ومؤسسات القطاع العام، والبنوك والمؤسسات المالية، وشركات النفط والغاز، وقطاعات الاتصالات، والرعاية الصحية، والصناعة، والتجزئة، والسياحة، والتعليم، والخدمات اللوجستية، والمؤسسات الكبرى التي تسعى إلى توظيف الذكاء الاصطناعي لتحسين الأداء

التسويقي وتعزيز تجربة العملاء.

- وتناسب الدورة أيضًا أخصائي التسويق الرقمي، ومتخصصي إدارة المحتوى، وأخصائي تحسين محركات البحث للحمو، وعمامتجال لصاوتل لئاسو قرادلييئاصخأو، يمقرلنا لعلإلليصصختمو (OES) التسويق، ومحللي البيانات، ومتخصصي ذكاء الأعمال، ومستشاري التسويق، وأخصائي إدارة علاقات العملاء، وجميع المهنيين الراغبين في تطوير مهاراتهم في استخدام الذكاء الاصطناعي لتحقيق نتائج تسويقية أكثر فاعلية.

الفئة المستهدفة

The AI for Marketing Training Course is designed for marketing directors, marketing managers, digital marketing managers, brand managers, communications managers, customer experience (CX) managers, business development managers, commercial managers, CRM managers, e-commerce managers, executives, and senior decision-makers responsible for marketing strategy, customer engagement, and business growth.

The course is particularly valuable for professionals working in government entities, ministries, public sector organizations, banks, financial institutions, insurance companies, oil and gas organizations, healthcare providers, telecommunications companies, retail organizations, hospitality businesses, manufacturing companies, logistics providers, educational institutions, and multinational corporations implementing digital marketing and customer experience transformation initiatives.

It is also suitable for digital marketing specialists, SEO professionals, content marketers, social media managers, marketing analysts, business analysts, customer insights specialists, CRM administrators, business intelligence professionals, advertising specialists, innovation managers, AI specialists, consultants, and professionals responsible for designing, executing, and optimizing modern marketing strategies.

مخرجات التعلم

- بنهاية دورة الذكاء الاصطناعي للتسويق سيكون المشاركون قادرين على:
- فهم الدور الاستراتيجي للذكاء الاصطناعي في تطوير التسويق الحديث وتعزيز الأداء المؤسسي.
- تحليل بيانات العملاء والأسواق باستخدام أدوات التحليل المدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- تطبيق الذكاء الاصطناعي التوليدي، وتعلم الآلة، والتحليلات التنبؤية، ومعالجة اللغة الطبيعية في الأنشطة التسويقية.
- تصميم حملات تسويقية ذكية تستهدف العملاء بصورة أكثر دقة وفعالية.
- دمج حلول الذكاء الاصطناعي مع أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM)، ومنصات أتمتة التسويق، وأدوات التحليل الرقمي.
- استخدام التحليلات التنبؤية وتحليل المشاعر لتوقع احتياجات العملاء وتحسين تجربة المستخدم.
- تطبيق أفضل الممارسات في حوكمة الذكاء الاصطناعي، وحماية البيانات، والامتثال، وأخلاقيات التسويق الرقمي.
- قياس الأداء التسويقي باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية، ولوحات المعلومات، وتحليلات الحملات.
- إعداد خارطة طريق لتطبيق الذكاء الاصطناعي في إدارة التسويق على مستوى المؤسسة.
- قيادة مبادرات التحول الرقمي في التسويق بما يعزز الوعي بالعلامة التجارية، ويزيد من معدلات التحويل، ويرفع العائد على الاستثمار التسويقي.
- المحاور التدريبية:

محاوّر الدورة

اليوم الأول

أساسيات الذكاء الاصطناعي في التسويق

- مفاهيم التسويق الحديث والتحول الرقمي.
- أساسيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في التسويق.
- رحلة العميل وفرص استخدام الذكاء الاصطناعي.
- تقييم نضج القدرات التسويقية والاستعداد للتحول.
- تطبيق عملي: تحليل العمليات التسويقية وتحديد فرص تطبيق الذكاء الاصطناعي.

اليوم الثاني

تقنيات الذكاء الاصطناعي للتسويق الذكي

- تعلم الآلة لتحليل الأسواق والعملاء.
- الذكاء الاصطناعي التوليدي لإنشاء المحتوى والحملات التسويقية.
- معالجة اللغة الطبيعية وتحليل المشاعر.
- التحليلات التنبؤية لتوقع سلوك العملاء وتحسين الحملات.
- تطبيق عملي: استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتطوير حملات تسويقية موجهة.

اليوم الثالث

أتمتة التسويق وإدارة تجربة العملاء

- أتمتة الحملات التسويقية وإدارة رحلة العميل.
- تحسين إدارة علاقات العملاء (CRM) باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- تخصيص المحتوى والعروض التسويقية.

اليوم الثالث — تابع

- تكامل الذكاء الاصطناعي مع منصات أتمتة التسويق والتحليلات الرقمية.
- تطبيق عملي: تصميم نموذج تسويق ذكي متعدد القنوات.

اليوم الرابع

الحوكمة وقياس الأداء وإدارة المخاطر

- حوكمة الذكاء الاصطناعي في الأنشطة التسويقية.
- حماية بيانات العملاء، والخصوصية، والأمن السيبراني، والامتثال.
- قياس الأداء باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية، ولوحات المعلومات، وتحليلات الحملات.
- إدارة التغيير وتعزيز تبني الذكاء الاصطناعي في فرق التسويق.
- تطبيق عملي: إعداد إطار حوكمة ونظام لقياس الأداء التسويقي.

اليوم الخامس

استراتيجية التسويق المدعومة بالذكاء الاصطناعي

- تخطيط وتنفيذ مبادرات الذكاء الاصطناعي في التسويق.
- توسيع استخدام الذكاء الاصطناعي عبر التسويق، والمبيعات، وخدمة العملاء.
- الاتجاهات المستقبلية في الذكاء الاصطناعي والتسويق الذكي.
- بناء ثقافة مؤسسية قائمة على البيانات والابتكار والتحسين المستمر.
- الورشة الختامية: إعداد استراتيجية متكاملة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في التسويق، تتضمن خارطة طريق تنفيذية، وإطار حوكمة، ومؤشرات أداء رئيسية، وخطة لتحسين تجربة العملاء، ودراسة جدوى، وخطة عمل مؤسسية لزيادة كفاءة الأنشطة التسويقية، وتعزيز نمو الأعمال، ودعم التحول الرقمي، وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.



للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة: <https://quest-training.com/courses/ai-for-marketing-training-course>

الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440

