

تحويل رقمي في التجزئة واستراتيجية القنوات المتعددة في التجزئة

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: IND09-108

هدف الكورس

سيتمكن المشاركون من:

- فهم العوامل الرئيسية للتحول الرقمي في قطاع التجزئة.
- تعلم تصميم وتنفيذ استراتيجيات فعّالة متعددة القنوات.
- استخدام بيانات العملاء والتحليلات لاتخاذ قرارات استراتيجية.
- دمج المنصات الرقمية لتوفير تجارب سلسة للعملاء.
- تحسين رؤية المخزون ومرونة سلسلة التوريد.
- الاستفادة من الأتمتة والذكاء الاصطناعي والتقنيات المحمولة لزيادة الكفاءة.
- قياس العائد على الاستثمار من المبادرات الرقمية وتتبع أداء القنوات المتعددة.
- التكيف مع اتجاهات التجزئة المستقبلية وسلوكيات المستهلكين الناشئة.

الجمهور

هذه الدورة مثالية لـ:

- المديرين التنفيذيين ومديري التجزئة.
- قادة التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي.
- فرق التسويق وتجربة العملاء.
- مديري العمليات واللوجستيات.
- المتخصصين في تكنولوجيا المعلومات وتقنيات التجزئة.
- رواد الأعمال ومطوري الأعمال في قطاع التجزئة.

منهجية التدريب

يتضمن هذا البرنامج التعليمي مزيجًا من المحاضرات التفاعلية، ودراسات الحالة الجماعية، وعروض توضيحية للمنصات الرقمية، وتمارين لعب الأدوار. سيقوم المشاركون بتحليل رحلات متعددة القنوات حقيقية، وتصميم استراتيجيات تفاعل مع العملاء، ومحاكاة اتخاذ القرارات باستخدام أدوات بيانات التجزئة.

الملخص

مع تزايد توقعات المستهلكين وإعادة تشكيل التكنولوجيا لسلوكيات الشراء، يجب على الشركات التجارية تبني التحول الرقمي للبقاء في المنافسة. يزود هذا الدورة المحترفين في قطاع التجزئة بالمعرفة والاستراتيجيات اللازمة للتنقل في المشهد المتغير من خلال حلول رقمية متكاملة ونهج متعدد القنوات يركز على العميل.

سيستكشف المشاركون كيفية الاستفادة من البيانات والأتمتة ومنصات التجارة الإلكترونية وتجارب الهواتف المحمولة وتحليلات العملاء لتعزيز الكفاءة التشغيلية وتحسين تجربة التجزئة. تركز الدورة أيضًا على تطوير استراتيجيات التجارة الموحدة التي تمزج بين نقاط الاتصال في المتاجر وعبر الإنترنت وعلى الهواتف المحمولة بسلاسة، مما يضمن اتساق العلامة التجارية واستجابة سلسلة التوريد والنمو القابل للقياس. سواء كانت مؤسستك تبدأ رحلتها في التحول أو تسعى لتحسين استراتيجيتها الرقمية، توفر هذه الدورة خارطة طريق عملية للابتكار في قطاع التجزئة.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Foundations of Digital Transformation in Retail

- .The evolution of retail in the digital era
- .Key technologies reshaping retail
- .Understanding the digital customer journey
- .Digital maturity models and transformation roadmaps
- .Aligning business strategy with digital goals

Section 2: Omnichannel Retail Strategy

- ?What is omnichannel vs. multichannel retailing
- .Creating seamless cross-platform customer experiences
- .Integrating physical and digital channels
- .Channel attribution and unified commerce principles
- .Case study: Leading omnichannel retailers

Section 3: E-Commerce and Mobile Commerce Enablement

- .Setting up and optimising e-commerce platforms
- .Mobile-first strategies and progressive web apps
- .Checkout experience, cart recovery, and digital wallets
- .Inventory visibility and last-mile delivery in digital commerce
- .Personalisation tools for higher conversion rates

Section 4: Customer Data and Analytics

- .Collecting and leveraging first-party data
- .Using analytics to map customer journeys and segments
- .Predictive modelling for targeted marketing and pricing
- .Customer lifetime value (CLV) and churn analysis
- .Privacy and data governance in retail

Section 5: Tech-Driven Operations and Automation

- AI and automation in inventory and supply chain management.
- Robotics and IoT in physical retail spaces.
- Augmented Reality (AR) and Virtual Reality (VR) for product engagement.
- Smart shelves, cashier-less stores, and self-service kiosks.
- Optimising retail operations with data.

Section 6: Digital Marketing and Brand Experience

- Cross-channel digital marketing campaigns.
- SEO, SEM, influencer and social commerce.
- Building brand identity across digital touchpoints.
- Loyalty programs and gamified engagement.
- Metrics to track marketing effectiveness.

Section 7: Measuring Digital ROI and Innovation Strategy

- KPIs and dashboards for omnichannel performance.
- Calculating ROI for digital investments.
- Retail innovation labs and agile experimentation.
- Keeping pace with future retail tech trends.
- Building a culture of continuous digital innovation.

تفاصيل الشهادة

عند إتمام هذه الدورة التدريبية بنجاح، سيحصل المشاركون على شهادة إتمام التدريب من Holistique Training. وبالنسبة للذين يحضرون ويكملون الدورة التدريبية عبر الإنترنت، سيتم تزويدهم بشهادة إلكترونية (e-Certificate) من Holistique Training.

شهادات Holistique Training وخدمة اعتماد التطوير المهني (BAC) معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم المستمر (CPD)، كما أنها معتمدة وفق معايير ISO 9001 وISO 21001 وISO 29993.

لهذه الدورة من خلال شهاداتنا، وستظهر هذه النقاط على شهادة إتمام (CPD) يتم منح نقاط التطوير المهني المستمر التدريب من Holistique Training. ووفقًا لمعايير خدمة اعتماد CPD، يتم منح نقطة واحدة عن كل ساعة CPD حضور في الدورة. ويمكن المطالبة بحد أقصى قدره 50 نقطة لأي دورة واحدة نقدمها حاليًا.

التصنيفات

المالية والمحاسبة, التجزئة والتجارة, التكنولوجيا

مقالات ذات صلة



ما هي أهمية التعاطف في القيادة؟

في عالم القيادة الحديث، يتزايد الاهتمام بأهمية صفات القائد، ومن بين هذه الصفات الرئيسية تبرز بشكل لافت صفة التعاطف. فالتعاطف لا يقتصر على مجرد مظهر إنساني، بل يمتد ليكون أحد العوامل الحيوية في تحقيق القيادة الفعالة.