

تحليل سلوكيات العملاء بواسطة الذكاء الاصطناعي في التسويق

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PI2 - 131

هدف الكورس

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم أساسيات تحليل السلوك ودور الذكاء الاصطناعي.
- تطبيق التعلم الآلي لتحليل تفاعلات العملاء عبر المنصات المختلفة.
- استخدام الذكاء الاصطناعي لبناء ملفات تعريف سلوكية وتقسيم ديناميكي.
- تحسين الحملات التسويقية من خلال الرؤى التنبؤية.
- معالجة قضايا الخصوصية والأخلاقيات في تتبع السلوك.

الجمهور

هذه الدورة مثالية لـ:

- المحترفين والاستراتيجيين في مجال التسويق الرقمي.
- محللي البيانات والمتخصصين في استخبارات التسويق.
- مديري إدارة علاقات العملاء ومديري الحملات.
- المتخصصين في التجارة الإلكترونية الذين يسعون لتخصيص رحلات العملاء.
- مهندسي ومطوري الذكاء الاصطناعي العاملين على منصات التسويق.
- أصحاب الأعمال وصناع القرار الذين يسعون لتحسين نتائج التسويق.

منهجية التدريب

تشمل هذه الدورة جلسات يقودها خبراء، ومختبرات عملية، ودراسات حالة، وعروض توضيحية لأدوات الذكاء الاصطناعي. سيتم استخدام مجموعات بيانات تسويقية حقيقية للتجارب، مدعومة بمناقشات جماعية، وتغذية راجعة حول الأداء، وإرشاد اختياري للمتابعة.

الملخص

تتأثر استراتيجيات التسويق الحديثة بشكل متزايد بالقدرة على تحليل سلوك المستهلك في الوقت الفعلي. تقدم هذه الدورة دليلاً شاملاً لاستخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل السلوكيات—تحويل البيانات الخام إلى رؤى تسويقية فعّالة.

سيتعلم المشاركون كيفية تفسير نماذج الذكاء الاصطناعي للسلوك عبر الإنترنت، وتقسيم الجمهور، وتخصيص الجهود التسويقية، والتنبؤ بالإجراءات المستقبلية. من خلال دمج التعلم الآلي ومعالجة اللغة الطبيعية وتصور البيانات، تُعد هذه الدورة المهنيين لاستخدام البيانات السلوكية لتحقيق استهداف دقيق، وتحسين تجربة العميل، وزيادة العائد على الاستثمار.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Introduction to Behavioural Analytics and AI

- ?What is behavioural analytics in a digital context
- .Key behavioural indicators: clicks, dwell time, purchases, bounce rate, etc
- .Introduction to AI-powered analytics: models, tools, and opportunities
- .Benefits of behavioural analytics for campaign performance and brand loyalty
- .Case studies: Netflix, Amazon, and Spotify's use of behavioural AI

Section 2: Customer Data Collection and Behavioural Tracking

- .Sources of behavioural data: websites, mobile apps, CRM, social media
- .Tools for real-time tracking and event-based data logging
- .Integrating customer touchpoints into unified behavioural datasets
- .(Ensuring ethical tracking and compliance with data regulations (GDPR, CCPA
- .Workshop: Creating a customer behaviour tracking map

Section 3: Behavioural Segmentation Using Machine Learning

- .Clustering and classification techniques for audience segmentation
- .Algorithms: k-means, decision trees, random forests, etc
- .Segmenting users by behaviour, intent, and life cycle stage
- .Creating personas using AI-driven behavioural analysis
- .Hands-on activity: Building segmentation models using sample marketing data

Section 4: Predictive Behavioural Modelling and Personalisation

- .Using AI to predict customer churn, conversion, and lifetime value
- .Personalising content, offers, and recommendations based on behaviour
- .Email marketing automation driven by behavioural insights
- .A/B testing and multivariate analysis using AI
- .Case study: Behavioural modelling in ecommerce retention strategy

Section 5: Sentiment Analysis and NLP for Consumer Understanding

- .Introduction to NLP in marketing

- Analysing customer feedback, reviews, and social media for sentiment.
- Classifying emotions and intent using machine learning.
- Monitoring brand perception and adjusting campaigns in real time.
- Live demo: Applying sentiment analysis tools to campaign data.

Section 6: Data Visualisation and Actionable Reporting

- Transforming behavioural data into marketing insights.
- Tools for interactive dashboards (e.g., Power BI, Tableau).
- Real-time KPI tracking for campaign performance.
- Creating storytelling dashboards for stakeholders.
- Group exercise: Building a behavioural analytics dashboard.

Section 7: Strategy, Ethics, and Future Trends

- Designing an AI-powered behavioural analytics strategy.
- Budgeting, KPIs, and stakeholder alignment.
- Addressing privacy, data governance, and ethical AI in marketing.
- Emerging technologies: generative AI, reinforcement learning, and behavioural prediction.
- Final project: Developing a behavioural analytics plan for your organisation.

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 واحدة عن كل ساعة CPD يتم منح نقطة CPD، ووفقًا لمعايير خدمة اعتماد Holistique Training. التدريب من لأي دورة واحدة نقدمها حاليًا CPD حضور في الدورة. ويمكن المطالبة بحد أقصى قدره 50 نقطة.

التصنيفات

الذكاء الاصطناعي وإدارة البيانات, الإعلام والتسويق, 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.