

دورة التنبؤ التسويقي وتخطيط العائد بمساندة الذكاء الاصطناعي

22 – 26 مارس 2027

طوكيو

AGILE LEADERS
Training Center

AGILE LEADERS
Training Center

دورة التنبؤ التسويقي وتخطيط العائد بمساندة الذكاء الاصطناعي

المرجع: 119288_218 **التاريخ:** 22 – 26 مارس 2027 **المكان:** طوكيو **الرسوم:** Euro 10000

نظرة عامة

دورة التنبؤ التسويقي وتخطيط العائد بمساندة الذكاء الاصطناعي لمدة أسبوع لفرق إدارة التسويق وتخطيط الحملات والعلامة التجارية والنمو والتحليل وأصحاب الميزانيات، ويعود المشاركون منها بحقيبة الاستثمار التسويقي بمساندة الذكاء الاصطناعي. تعالج الدورة صياغة أسئلة الاستثمار وضبط حدود البيانات ومقارنة سيناريوهات التنبؤ وتوزيع الميزانيات واختبار الأثر الإضافي وعرض توصيات العائد مع بقاء الاعتماد البشري. تقدم أجايل للتدريب دورة في التنبؤ التسويقي وتخطيط العائد بمساندة الذكاء الاصطناعي.

الفئة المستهدفة

- فرق قيادة التسويق المسؤولة عن الاستراتيجية وأولويات الاستثمار والرقابة على الأداء
- فرق تخطيط الحملات المسؤولة عن خيارات القنوات والتنبؤات وتوصيات الميزانية
- فرق العلامة التجارية المسؤولة عن افتراضات الجمهور وقرارات التموضع وأدلة الحملات
- فرق النمو المسؤولة عن التجارب وقياس الأثر الإضافي وتعديل الاستثمار
- فرق التحليل التسويقي المسؤولة عن جودة البيانات وحدود الإسناد وتقارير الأداء
- أصحاب الميزانيات المسؤولون عن مراجعة العائد والاعتماد وتوزيع الموارد

تفترض الدورة مشاركة المتدربين في صنع قرارات الاستثمار التسويقي أو دعمها، ولا تتناول إنشاء المحتوى أو أتمتة الحملات أو تنبؤ المبيعات أو تطوير النماذج أو النمذجة الإحصائية المتقدمة.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تدعم الدورة قرارات الاستثمار التسويقي في قطاعات المنتجات والخدمات والأعمال والجهات العامة وغير الربحية.

- استراتيجية التسويق والتخطيط
- إدارة العلامة التجارية والحملات
- النمو واكتساب العملاء
- التجزئة والخدمات الاستهلاكية
- الخدمات المالية والمهنية
- الاتصال في الجهات العامة وغير الربحية

AGILE LEADERS
Training Center

أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة سيكون المشاركون قادرين على:

- تحليل أسئلة الاستثمار التسويقي وحدود القرار
- تحليل افتراضات الجمهور والقنوات والبيانات والإسناد
- بناء سيناريوهات التنبؤ ومقارنة خيارات الميزانية
- تطبيق تصاميم التجارب لتقييم الأثر الإضافي
- تقييم أدلة المؤشرات والعائد والمخاطر والخصوصية والتحيز
- بناء حقيبة الاستثمار التسويقي بمساندة الذكاء الاصطناعي

جدول الدورة

اليوم 1: الأسئلة والمقاييس والحدود

- لوحة أسئلة الاستثمار التسويقي
- ورقة تعريف مؤشرات الأداء والعائد على الاستثمار
- خريطة أفق القرار وأصحاب المصلحة
- سجل مصادر البيانات وحدود الإسناد
- ميثاق الخصوصية والتحيز والاعتماد البشري

اليوم 2: افتراضات الجمهور والقنوات

- مصفوفة افتراضات الجمهور والقنوات
- قائمة فحص جودة بيانات الحملات واكتمالها
- سجل خط الأساس والعوامل الخارجية
- شبكة قيود منهج الإسناد
- سجل الافتراضات والفجوات وعدم اليقين

AGILE LEADERS
Training Center

اليوم 3: سيناريوهات التنبؤ والميزانية

- موجز تنبؤ الطلب والحملات
- جدول نطاق السيناريوهات وتحليل الحساسية
- مصفوفة خيارات توزيع الميزانية
- قائمة فحص أدلة التنبؤ والتحقق
- خريطة المخاطر والقيود والاعتماديات

اليوم 4: التجارب والعائد والتقارير

- لوحة فرضية التجربة وتصميم الاختبار
- ورقة مقارنة الأثر الإضافي والمجموعة الضابطة
- سجل حساب العائد التسويقي ومراجعته
- قالب سرد الاستثمار والتوصية
- لوحة الاعتماد والمراقبة والتعديل

اليوم 5: ممارسة الاستثمار التسويقي

- تمرين مقترح: صياغة سؤال الاستثمار ومقاييسه
- تمرين مقترح: تدقيق افتراضات الجمهور والقنوات والبيانات
- تمرين مقترح: مقارنة سيناريوهات التنبؤ والميزانية
- تمرين مقترح: تصميم اختبار الأثر الإضافي ومراجعة العائد
- المشروع الختامي: حقيبة الاستثمار التسويقي بمساندة الذكاء الاصطناعي

التمارين التطبيقية

تستخدم الدورة أنشطة مقترحة تحول الأدلة التسويقية إلى قرارات استثمار قابلة للمراجعة.

- نشاط مقترح: صياغة قرار وتعريف المقاييس ورسم أصحاب المصلحة وتسجيل حدود البيانات والإسناد
- نشاط مقترح: فحص افتراضات الجمهور والقنوات وخط الأساس والعوامل الخارجية وعدم اليقين لحملة في قطاع المنتجات أو الخدمات
- نشاط مقترح: مقارنة نطاقات التنبؤ وخيارات الميزانية وتوثيق الأدلة والمخاطر والقيود والاعتماديات
- نشاط مقترح: تصميم تجربة وحساب العائد وإعداد سرد استثماري وتعيين إجراءات الاعتماد والمراقبة

AGILE LEADERS
Training Center

الأسئلة الشائعة

لمن يناسب التنبؤ التسويقي وتخطيط العائد بمساندة الذكاء الاصطناعي، وماذا يفترض؟

يناسب التنبؤ التسويقي الفرق التي تصمم الحملات أو تحلل الأدلة أو توصي بالميزانيات أو تعتمد الاستثمار، ويفترض مشاركة عملية في القرارات التسويقية.

كيف يختلف التنبؤ التسويقي بمساندة الذكاء الاصطناعي عن أتمتة التسويق؟

يدعم التنبؤ التسويقي الافتراضات والسيناريوهات وخيارات الميزانية والتجارب وقرارات العائد، بينما تنفذ أتمتة التسويق إجراءات ورسائل وتدفقات حملات متكررة.

كيف تتحقق فرق التسويق من التنبؤات بمساندة الذكاء الاصطناعي؟

تقارن الفرق التنبؤات بخطوط الأساس، وتوثق العوامل الخارجية والبيانات الناقصة، وتختبر الحساسية، وتفحص عدم اليقين، وتقارن الأدلة بالنتائج الفعلية، وتطلب مراجعة بشرية مسؤولة.

كيف تعزز التجارب قرارات العائد على الاستثمار التسويقي؟

تعزز التجارب قرارات العائد بتحديد الفرضية ومجموعات المقارنة والمقاييس، وفصل الأثر الإضافي عن الارتباط المرصود، وتسجيل القيود قبل اعتماد تغييرات الاستثمار.

ماذا تتضمن حقيبة الاستثمار التسويقي بمساندة الذكاء الاصطناعي؟

تتضمن الحقيبة أسئلة القرار وتعريفات المؤشرات وحدود البيانات والافتراضات وسيناريوهات التنبؤ وخيارات الميزانية وتصاميم التجارب وسجلات العائد والمخاطر والسرد والاعتمادات والمراقبة وإجراءات التعديل.

الخاتمة

يعود المشاركون بحقيبة الاستثمار التسويقي بمساندة الذكاء الاصطناعي التي تربط الأسئلة والمقاييس والافتراضات والتنبؤات وخيارات الميزانية والتجارب وأدلة العائد والمخاطر والاعتمادات. تغير الحقيبة انتقال الفرق من التوقعات غير المنظمة إلى خيارات استثمار قابلة للتتبع. وتدعم المراجعة المتسقة والقرارات المسؤولة والتعديل المقاس.