

# دورة عمليات التسويق عبر المؤثرين والأداء بالذكاء الاصطناعي

20 – 24 يونيو 2027

طشقند

AGILE LEADERS
Training Center

AGILE LEADERS
Training Center

# دورة عمليات التسويق عبر المؤثرين والأداء بالذكاء الاصطناعي

**المرجع:** 120011_227 **التاريخ:** 20 – 24 يونيو 2027 **المكان:** طشقند **الرسوم:** 4500 Euro

## نظرة عامة

دورة عمليات التسويق عبر المؤثرين والأداء بالذكاء الاصطناعي لمدة أسبوع لمديري التسويق وفرق حملات المؤثرين والتسويق بالأداء وتخطيط الوسائط وشراكات العلامة والتحليل، ويعود المشاركون منها بخطة حملة المؤثرين والأداء. يربط المشاركون اختيار صناع المحتوى وملاءمة الجمهور وموجزات الحملات والقياس والإسناد وتوزيع الميزانية وسلامة العلامة والموافقات البشرية ضمن نهج تشغيلي واحد. تقدم أجايل للتدريب دورة في عمليات التسويق عبر المؤثرين والأداء بالذكاء الاصطناعي.

## الفئة المستهدفة

- فرق إدارة التسويق المسؤولة عن أهداف الحملات وقرارات الاستثمار
- فرق حملات المؤثرين المسؤولة عن اكتشاف صناع المحتوى والموجزات والشراكات
- فرق التسويق بالأداء المسؤولة عن التحسين وتوزيع الميزانية
- فرق تخطيط الوسائط المسؤولة عن المواضع والجمهور وتنسيق القنوات
- فرق تحليل التسويق المسؤولة عن القياس والإسناد والتقارير

تفترض الدورة مساهمة المشاركين في الحملات التسويقية أو القياس، ولا تتناول البرمجة أو تطوير النماذج أو إنتاج محتوى التواصل الاجتماعي العام أو علم البيانات البحت.

## الإدارات والقطاعات المستهدفة

تدعم الدورة عمليات منضبطة للتسويق عبر المؤثرين والأداء في قطاعات المنتجات والخدمات.

- وظائف تسويق العلامة والاتصال
- وكالات الوسائط وفرق شراكات صناع المحتوى
- منظمات التجزئة والمنتجات الاستهلاكية
- فرق تسويق الضيافة والخدمات
- أعمال التجارة الإلكترونية والاشتراكات
- وظائف تحليل التسويق والحوكمة

AGILE LEADERS
Training Center

## أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة سيكون المشاركون قادرين على:

- تطبيق فحص الملاءمة على قرارات الحملات المدعومة بالذكاء الاصطناعي
- تحليل ملاءمة صانع المحتوى وأدلة الجمهور وإشارات المخاطر
- بناء موجزات الحملات وخطط قياس الأداء
- تقييم حدود الإسناد وخيارات توزيع الميزانية
- تطبيق ضوابط الاحتيال وسلامة العلامة والموافقة البشرية
- بناء خطة حملة المؤثرين والأداء

## جدول الدورة

### اليوم 1: الأهداف وحدود الحملة

- خريطة أهداف الحملة ونتائجها
- مصفوفة ملاءمة حالات استخدام الذكاء الاصطناعي
- مخطط حقوق القرار في حملة المؤثرين
- قائمة فحص أدلة الجمهور وحدود البيانات
- سجل نطاق الحملة والتصعيد

### اليوم 2: اكتشاف صناع المحتوى وملاءمتهم

- لوحة معايير اكتشاف صناع المحتوى
- بطاقة قياس أدلة ملاءمة الجمهور
- فحص أصالة صانع المحتوى والاحتيال
- مصفوفة مراجعة مخاطر سلامة العلامة
- سجل القائمة المختصرة والموافقة على صناع المحتوى

AGILE LEADERS
Training Center

## اليوم 3: الموجزات والمواضع وتوزيع الميزانية

- قالب موجز حملة المؤثرين
- شبكة قرارات المحتوى والمواضع
- لوحة مراقبة إشارات الأداء
- قواعد توزيع الميزانية وإعادة تخصيصها
- سجل المراجعة والتدخل البشري

## اليوم 4: القياس والتقارير

- لوحة خطة قياس الحملة
- ورقة تتبع أداء صناع المحتوى
- سجل حدود الإسناد وافتراضاته
- بطاقة قياس النتائج والكفاءة
- حزمة تقارير الحملة الجاهزة للقرار

## اليوم 5: ممارسة التسويق عبر المؤثرين والأداء

- تمرين مقترح: فحص حالة استخدام للذكاء الاصطناعي في الحملة
- تمرين مقترح: تقييم ملاءمة صانع المحتوى والجمهور
- تمرين مقترح: تصميم الموجز والمواضع وقواعد توزيع الميزانية
- تمرين مقترح: بناء ضوابط القياس والموافقة
- المشروع الختامي: خطة حملة المؤثرين والأداء

## التمارين التطبيقية

تستخدم الدورة أنشطة مقترحة تحول حالات التسويق عبر المؤثرين والأداء إلى سير حملات منضبط.

- نشاط مقترح: تحديد الأهداف والملاءمة وحدود البيانات وحقوق القرار ونقاط التصعيد
- نشاط مقترح: تقييم ملاءمة صانع المحتوى وأدلة الجمهور والأصالة وسلامة العلامة وحالة الموافقة
- نشاط مقترح: تصميم موجز واختيار المواضع ومراقبة الإشارات ووضع قواعد توزيع الميزانية
- نشاط مقترح: تحديد القياس وافتراضات الإسناد والمراجعة البشرية وقرارات التقارير

AGILE LEADERS
Training Center

## الأسئلة الشائعة

### لمن تناسب عمليات التسويق عبر المؤثرين والأداء بالذكاء الاصطناعي، وماذا تفترض؟

تناسب الدورة الفرق المسؤولة عن الحملات وشراكات صناع المحتوى والوسائط والميزانيات والقياس والتقارير. وتفترض معرفة بمسؤوليات التسويق.

### كيف تختلف عمليات التسويق عبر المؤثرين والأداء عن تدريب محتوى التواصل الاجتماعي؟

تركز عمليات التسويق عبر المؤثرين والأداء على ملاءمة صناع المحتوى وقرارات الحملة والقياس والميزانية والضوابط والتقارير، بينما يركز تدريب المحتوى على إنتاج المواد ونشرها.

### كيف تقيم الفرق ملاءمة صانع المحتوى بأدلة مدعومة بالذكاء الاصطناعي؟

تقارن الفرق صلة الجمهور وأنماط التفاعل وإشارات الأصالة ومخاطر سلامة العلامة وأهداف الحملة وملاءمة المحتوى والمراجعة البشرية قبل الموافقة.

### كيف تضبط فرق التسويق بالأداء توصيات الميزانية بالذكاء الاصطناعي؟

تحدد فرق التسويق بالأداء الأهداف وحدود التوزيع وافتراضات الإسناد ومؤشرات المراقبة وأدوار الموافقة وشروط التدخل وسجلات القرار قبل تعديل الميزانيات.

### ماذا تتضمن خطة حملة المؤثرين والأداء؟

تتضمن الخطة الأهداف ومعايير صناع المحتوى وأدلة الجمهور والموجزات والمواضع وإشارات الأداء وافتراضات الإسناد وقواعد الميزانية وفحوص السلامة وأدوار الموافقة ومقاييس التقارير.

## الخاتمة

يعود المشاركون بخطة حملة المؤثرين والأداء التي تربط اختيار صناع المحتوى وملاءمة الجمهور والموجزات والمواضع والقياس والإسناد والميزانية والسلامة والموافقة. تغير الخطة طريقة هيكلة الفرق لقرارات الحملات المدعومة بالذكاء الاصطناعي وضبطها. وتدعم خيارات استثمار قابلة للتتبع وعملا منسقا وتقارير قائمة على الأدلة.