

دورة تخطيط الحملات التسويقية وتحسينها بالذكاء الاصطناعي

21 فبراير – 4 مارس 2027

نيروبي

AGILE LEADERS
Training Center

AGILE LEADERS
Training Center

دورة تخطيط الحملات التسويقية وتحسينها بالذكاء الاصطناعي

المرجع: 320_126865 **التاريخ:** 21 فبراير – 4 مارس 2027 **المكان:** نيروبي **الرسوم:** Euro 6400

نظرة عامة

دورة تخطيط الحملات التسويقية وتحسينها بالذكاء الاصطناعي هي دورة متقدمة مدتها أسبوعين لقيادات التسويق ومديري الحملات، ويغادر المشاركون منها بخطة تحسين حملة بالذكاء الاصطناعي. تربط الدورة ذكاء الجمهور وتصميم الرحلة والمحتوى والإبداع وتخصيص الوسائط والتجارب والإسناد والتنبؤ والتخصيص والأتمتة والاستخدام المسؤول وتقارير الأداء. ويستخدم المشاركون الأدلة وأدوات القرار لتحسين الحملات متعددة القنوات. تقدم أجايل للتدريب هذه الدورة في تخطيط الحملات وتحسينها.

الفئة المستهدفة

- قيادات التسويق المسؤولة عن استراتيجية الحملات والاستثمار
- مديرو الحملات الذين ينسقون التنفيذ والتحسين متعدد القنوات
- فرق رؤى العملاء المسؤولة عن أدلة الجمهور وتقسيمه
- مخططو الوسائط الذين يوزعون الميزانيات على القنوات المدفوعة
- فرق تحليلات التسويق التي تقيس الأداء والإسناد

تفترض الدورة أن المشاركين يخططون الحملات أو يقيمونها، ولا تتناول نظرية التسويق التمهيدية أو إدارة البرمجيات أو هندسة البيانات.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تدعم الدورة تخطيط الحملات في البيئات الاستهلاكية وبيئات الأعمال والخدمات.

- التسويق وتجربة العملاء في الخدمات المالية
- التجارة الإلكترونية والولاء في تجارة التجزئة
- فرق تفاعل المرضى في الرعاية الصحية
- فرق العلامة والقنوات في الضيافة
- تطوير الأعمال والاتصال في الخدمات المهنية

AGILE LEADERS
Training Center

أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- تحليل أدلة الجمهور وفرص الحملات
- بناء رحلات متعددة القنوات وسير عمل إبداعي
- تحديد أولويات الوسائط باستخدام التنبؤ والقيود
- تصميم تجارب حملات مضبوطة
- تقييم الإسناد والأداء الإضافي
- إنشاء خطة تحسين حملة بالذكاء الاصطناعي

جدول الدورة

اليوم 1: استراتيجية الحملة ونتائجها

- هرم أهداف الحملة ونتائجها
- لوحة صياغة المشكلة التسويقية
- هيكل عرض القيمة والرسائل
- سجل افتراضات الحملة وقيودها
- موجز استراتيجية الحملة بالذكاء الاصطناعي

اليوم 2: ذكاء الجمهور وتقسيمه

- جرد بيانات العملاء وإشاراتهم
- مصفوفة التقسيم السلوكي والقيمي
- منطق تسجيل احتمالية الجمهور ونيته
- مراجعة أدلة الشخصية والتحيز
- ملف قرار الجمهور ذي الأولوية

AGILE LEADERS
Training Center

اليوم 3: تخطيط الرحلة والقنوات

- خريطة رحلة العميل ولحظاتها
- مصفوفة دور القنوات وتفاعلها
- خطة الوصول والتكرار والتسلسل
- تحليل احتكاك الرحلة والتحويل
- هيكل الحملة متعددة القنوات

اليوم 4: عمليات المحتوى والإبداع

- قالب الموجز الإبداعي وتجزئة المحتوى
- سير عمل توجيه المحتوى التوليدي ومراجعته
- مصفوفة تنوع الرسالة والصيغة والجمهور
- قائمة فحص جودة الإبداع وضوابط العلامة
- لوحة اعتماد المحتوى وضبط نسخه

اليوم 5: تخصيص الوسائط والتنبؤ

- تقييم هدف الوسائط ومخزونها
- نموذج قيود الميزانية وتخصيصها
- منحنى الاستجابة وتنبؤ السيناريو
- قواعد قرار عروض الأسعار والمواضع
- حزمة توصيات الاستثمار الإعلامي

اليوم 6: التجارب وقياس الأثر الإضافي

- بطاقة فرضية الحملة واختبارها
- تصميم مجموعة الضبط والمعالجة
- فحص عزل الجمهور وتداخل التجربة
- خطة قياس الزيادة الإضافية
- سجل قرارات التجربة والتعلم

AGILE LEADERS
Training Center

اليوم 7: الإسناد والقياس

- إطار قياس الحملة وشجرة المقاييس
- مقارنة افتراضات نماذج الإسناد
- مراجعة أدلة المزيج التسويقي ومساهمة القنوات
- تحليل جودة التحويل وقيمة العميل
- مواصفات لوحة قياس الأداء

اليوم 8: التخصيص والأتمتة

- مصفوفة قرار التخصيص والأهلية
- تصميم قواعد الإجراء التالي الأنسب
- خريطة الرحلة المحفزة والأتمتة
- منطق ضبط التكرار والاستبعاد
- سير عمل الإشراف البشري والاستثناءات

اليوم 9: التحسين المسؤول والحوكمة

- مراجعة عدالة الجمهور ومخاطر الاستبعاد
- قائمة فحص إذن البيانات والغرض منها
- ضوابط ادعاءات المحتوى والشفافية
- مصفوفة حدود التحسين والتصعيد
- سجل حوكمة الحملة وقراراتها

اليوم 10: تطبيق تحسين الحملات

- تمرين مقترح: مراجعة أدلة الجمهور والرحلة
- تمرين مقترح: تحدي الإبداع وتخصيص الوسائط
- تمرين مقترح: قرار التجربة والإسناد
- تمرين مقترح: سيناريو حوكمة التخصيص
- التمرين الختامي: خطة تحسين حملة بالذكاء الاصطناعي

التمارين التطبيقية

تتضمن الدورة أنشطة مقترحة لدمج قرارات الحملة عبر القنوات.

- نشاط مقترح: تقسيم جمهور تجارة التجزئة من أدلة سلوكية وقيمية.
- نشاط مقترح: تخصيص ميزانية حملة ضيافة ضمن قيود القنوات.
- نشاط مقترح: تصميم تجربة مضبوطة لعرض في الخدمات المالية.
- نشاط مقترح: عرض خطة تحسين حملة بالذكاء الاصطناعي ومبررات قراراتها.

الأسئلة الشائعة

لمن تناسب دورة تخطيط الحملات التسويقية وتحسينها بالذكاء الاصطناعي؟

تناسب الدورة قيادات التسويق ومديري الحملات ومخططي الوسائط وفرق الرؤى والتحليلات، وتفترض خبرة في تخطيط الحملات أو تنفيذها أو قياسها.

كيف يختلف تحسين الحملات بالذكاء الاصطناعي عن دورة التسويق الرقمي العامة؟

يركز تحسين الحملات على إشارات الجمهور والتنبؤ والتجارب المضبوطة والإسناد والقرارات المؤتمتة وضوابط التخصيص والتحسين المستمر، بدلا من تقديم القنوات بصورة تمهيدية.

كيف يستخدم الذكاء الاصطناعي في تخطيط الحملات التسويقية؟

يدعم الذكاء الاصطناعي تحليل الجمهور وتسجيل الفرص وقرارات الرحلة وتنويعات المحتوى وتنبؤ الوسائط والتخصيص والأتمتة والقياس والتحسين مع بقاء القرار تحت إشراف المسوقين.

كيف تقيم تجارب الحملات؟

تقيم التجارب مقابل فرضية موثقة وتصميم ضبط ومعالجة ومخاطر التداخل والنتائج الإضافية وحدود القرار والتعلم القابل لإعادة الاستخدام.

ماذا تتضمن خطة تحسين حملة بالذكاء الاصطناعي؟

تربط الخطة الأهداف والجمهور والرحلات والأصول الإبداعية وتخصيص الوسائط والتجارب والمقاييس والأتمتة وضوابط الحوكمة والحدود والملاك ودورية المراجعة.

AGILE LEADERS
Training Center

الخاتمة

يغادر المشاركون بخطة تحسين حملة بالذكاء الاصطناعي تربط أدلة الجمهور والخيارات الإبداعية والوسائط والتجارب والقياس والأتمتة والحوكمة. يحسن المخرج إمكانية تتبع قرارات الحملة وتغيرات الأداء. كما يمنح فرق التسويق هيكلا قابلا لإعادة الاستخدام لتخطيط النشاط متعدد القنوات وتنفيذه وتقييمه وتحسينه.