



دورة 4 Google Analytics لتحليل نمو الأعمال



دورة 4 Google Analytics لتحليل نمو الأعمال

المرجع: 163495_838 التاريخ: 30 نوفمبر – 4 ديسمبر 2026 المكان: لشبونة الرسوم: Euro 5700

نظرة عامة

دورة 4 Google Analytics لتحليل نمو الأعمال هي دورة مدتها أسبوع لمهام التحليلات الرقمية والتجارة الإلكترونية والمنتجات والنمو وإدارة أداء المواقع، ويعود المشاركون منها بخطة قياس النمو والإجراءات عبر GA4. يربط المشاركون أسئلة الأعمال بقياس الأحداث والاستحواذ والتفاعل والرحلات والتجارة الإلكترونية والجمهور والإسناد وجودة البيانات والحوكمة الواعية بالخصوصية ولوحات المتابعة والتجارب والإجراءات ذات الأولوية. تحول الدورة التقارير إلى قرارات قابلة للاختبار بدلا من مقاييس منفصلة. تطور أجايل للتدريب قدرات تحليل نمو الأعمال باستخدام Google Analytics 4.

الفئة المستهدفة

- مهام التحليلات الرقمية المسؤولة عن تصميم القياس والتقارير وجودة الرؤى
- مهام التجارة الإلكترونية المسؤولة عن اكتشاف المنتجات ورحلات الدفع والمعاملات والاحتفاظ
- مهام المنتجات المسؤولة عن التبني والتفاعل واستخدام الخصائص والتجارب
- مهام النمو والتسويق المسؤولة عن قنوات الاستحواذ والحملات والجمهور والأحداث الرئيسية
- مهام إدارة الأعمال المسؤولة عن أداء المواقع والأولويات القائمة على الأدلة

تفترض الدورة أن المشاركين يستطيعون استخدام التقارير الرقمية وشرح أهداف الأعمال، وتستبعد برمجة الوسوم وهندسة البرمجيات وتحسين محركات البحث العام وتشغيل منصات الإعلان والاستعداد للشهادات.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تدعم الدورة الإدارات والقطاعات التي تستخدم المواقع أو التطبيقات لاكتساب العملاء وخدمتهم والاحتفاظ بهم.

- التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية والمنتجات والنمو وتجربة العملاء
- التجزئة والضيافة والسفر وخدمات الاشتراك
- الخدمات المالية والتقنية والاتصالات والخدمات المهنية
- التعليم والصحة والإعلام والخدمات غير الربحية
- تطوير الأعمال والاستراتيجية والتحليلات والتقارير التنفيذية



أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- بناء خطة قياس عبر GA4 قائمة على أسئلة الأعمال وتصنيف الأحداث
- تحليل الاستحواذ والتفاعل والرحلات وأداء التجارة الإلكترونية
- استخدام الاستكشافات والجمهور والشرائح والأحداث الرئيسية
- تقييم أدلة الإسناد ووسوم الحملات وجودة البيانات
- تصميم لوحات متابعة ومقاييس تجارب تراعي الخصوصية
- ترتيب إجراءات النمو بحسب أدلة تحليلية متحقق منها

جدول الدورة

اليوم 1: تخطيط القياس القائم على الأعمال

- لوحة ربط أسئلة الأعمال بالقرارات
- خريطة الحساب والموقع وتدفقات البيانات في GA4
- تصنيف الأحداث والمعلومات وخصائص المستخدم
- بطاقة تعريف الحدث الرئيسي والنتيجة
- خطة القياس وسجل الملكية

اليوم 2: تشخيص الاستحواذ والتفاعل

- مصفوفة حوكمة وسوم روابط الحملات
- تحليل تقارير استحواذ المستخدمين والزيارات
- تشخيص التفاعل وصفحات الهبوط والمحتوى
- إعداد استكشاف مسار التحويل ومسار الحركة
- ورقة مقارنة الشرائح والجمهور



اليوم 3: تحليل التجارة الإلكترونية والإسناد

- مراجعة نطاق الأحداث والعناصر في التجارة الإلكترونية
- تحليل رحلة المنتج والترويج والسلع والشراء
- مطابقة جودة الإيرادات والمعاملات
- دليل تفسير نموذج الإسناد
- مصفوفة قرار مساهمة القنوات

اليوم 4: حوكمة الرؤى واختبارات النمو

- قائمة فحص DebugView والتحقق من الأحداث
- سجل استثناءات جودة البيانات ومعالجتها
- ضوابط الجمع والوصول الواعية بالخصوصية
- تسلسل المعلومات في لوحة متابعة النمو
- بطاقة فرضية التجربة وقياسها

اليوم 5: ممارسة قرارات النمو عبر GA4

- تمرين: بناء خطة الأحداث والأحداث الرئيسية
- تمرين: تشخيص تغيرات الاستحواذ والتفاعل
- تمرين: تقييم رحلة تحويل في التجارة الإلكترونية
- تمرين: ترتيب التجارب من أدلة لوحة المتابعة
- التطبيق الختامي: خطة قياس النمو والإجراءات عبر GA4

التمارين التطبيقية

تستخدم الدورة أنشطة مقترحة مبنية على مواقف التجزئة والاشتراكات والخدمات والتعليم والمنتجات الرقمية.

- نشاط مقترح: تحويل أسئلة النمو إلى أحداث ومعلومات وأحداث رئيسية وملامح ومعايير تحقق.
- نشاط مقترح: مقارنة قنوات الاستحواذ وشرائح الجمهور من خلال التقارير والاستكشافات.
- نشاط مقترح: فحص رحلة تجارة إلكترونية ومطابقة إشارات المعاملات ومراجعة تفسيرات الإسناد.
- نشاط مقترح: تصميم لوحة متابعة ومقياس تجربة وقائمة إجراءات ذات أولوية مع ضوابط الحوكمة.



الأسئلة الشائعة

لمن تناسب دورة Google Analytics 4 لتحليل نمو الأعمال، وما الذي تفترضه؟

تناسب مهام التحليلات الرقمية والتجارة الإلكترونية والمنتجات والنمو والتسويق وإدارة المواقع، وتفترض الإلمام بالتقارير الرقمية وأهداف الأعمال من دون اشتراط برمجة الوسوم أو تطوير البرمجيات.

كيف تختلف دورة Google Analytics 4 لنمو الأعمال عن تدريب التسويق الرقمي العام؟

تركز دورة Google Analytics 4 على تصميم القياس والأدلة السلوكية ورحلات التجارة الإلكترونية وتفسير الإسناد والتحقق وترتيب الإجراءات، بينما يغطي التسويق الرقمي تخطيط القنوات والمحتوى والوسائط وتنفيذ الحملات.

كيف تدعم الأحداث الرئيسية في Google Analytics 4 قرارات النمو؟

تدعم الأحداث الرئيسية قرارات النمو عندما تمثل نتائج مرتبطة بأسئلة أعمال محددة، وتستخدم معلمات مضبوطة، وتجتاز فحوص التحقق، وتخدم قرارا أو جمهورا أو تجربة أو إجراء تحسين.

كيف تكشف استكشافات Google Analytics 4 مشكلات رحلة العميل؟

تكشف الاستكشافات المشكلات بمقارنة الشرائح وتمثيل مسارات التحويل والحركة وإظهار أنماط الانقطاع واختبار اختلاف السلوك بحسب المصدر والجهاز والجمهور والمنتج ومرحلة الرحلة.

كيف تحكم جودة بيانات Google Analytics 4؟

تحكم جودة البيانات من خلال قواعد التسمية والملكية والتحقق وضوابط وسوم الحملات ومطابقة المعاملات وإدارة الوصول والجمع الواعي بالخصوصية وسجل الاستثناءات والمراجعات المجدولة.

الخاتمة

يعود المشاركون بخطة قياس النمو والإجراءات عبر GA4 التي تضم أسئلة القرار وتعريفات الأحداث وتشخيصات التقارير والاستكشافات ومقارنات الجمهور ونتائج التجارة الإلكترونية وتفسيرات الإسناد وضوابط البيانات وتصاميم اللوحات ومقاييس التجارب والإجراءات ذات الأولوية. تغير الخطة مشاهدة التقارير إلى دورة قرار محكمة. وتدعم القياس والتشخيص والاختبار وترتيب الأولويات والمراجعة.