

دورة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق العقاري

16 – 20 نوفمبر 2026

جاكرتا

AGILE LEADERS
Training Center

دورة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق العقاري

المرجع: 17292_36227 **التاريخ:** 16 – 20 نوفمبر 2026 **المكان:** جاكرتا **الرسوم:** Euro 5700

نظرة عامة

تعمل أسواق العقارات في بيئات رقمية متسارعة تتطلب تكتيكات تسويقية دقيقة لمواكبة تطلعات المشترين والمنافسة عبر المنصات وإدارة محافظ الأصول المتنوعة. تركز هذه الدورة على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق العقاري، حيث توضح للمهنيين سبل تحديث مسارات استقطاب العملاء المحتملين والترويج للأصول العقارية. يدرس المشاركون آليات التنميط الخوارزمي للمشترين، وإجراءات تقسيم البيانات العقارية، وتحسين الإدراج الديناميكي للعقارات، وأتمتة متابعة الاستفسارات لتعزيز الوصول إلى الأصول. يعالج المنهج خطوات التنفيذ العملي، وأساليب الاحتفاظ بالعملاء، وحوكمة البيانات لضمان الامتثال عبر الحملات متعددة القنوات. تقدم هذه الدورة بواسطة أجايل للتدريب.

الفئة المستهدفة

- وسطاء ووكلاء العقارات الساعون إلى اعتماد أساليب مبنية على البيانات لتأهيل المشترين وعرض العقارات.
- مديرو العقارات الراغبون في أتمتة التواصل مع المستأجرين وسير عمل استبقائهم.
- مديرو التسويق ومختصو الحملات الرقمية في شركات التطوير العقاري ومكاتب الوساطة.
- مديرو المبيعات ومسؤولو تطوير الأعمال الهادفون إلى تسريع إبرام الصفقات ودوران المعاملات.
- مختصو إدارة علاقات العملاء المسؤولون عن تقييم قواعد بيانات العملاء وتفعيل المشاركة المؤتمتة.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تخدم هذه الدورة قطاعات العقارات السكنية والتجارية والمؤسسية عبر وظائف تشغيلية متنوعة.

- شركات الوساطة السكنية واستشارات العقارات التجارية
- مجموعات التطوير العقاري وتسويق المخططات والمجتمعات العمرانية
- عمليات إدارة الأملاك والاستشارات العقارية للأصول
- إدارات العقارات المؤسسية وصناديق الاستثمار العقاري
- شركات التكنولوجيا العقارية ومنصات الإدراج الرقمي

أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- تنفيذ مسارات عمل خوارزمية لإجراء تقسيم البيانات العقارية ومطابقة المخزون مع فئات المشترين المؤهلين.
- تطبيق النمذجة التنبؤية لاتجاهات السوق العقاري لدعم استراتيجيات التسعير الديناميكي وتوقيت الطرح.
- إطلاق حملات مؤتمتة تسهم في توليد العملاء المحتملين للعقارات عبر منصات البحث والتواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني.
- إعداد روبوتات الدردشة الذكية للاستفسارات العقارية لتسهيل فرز العملاء المحتملين وحجز مواعيد المعاينة.
- بناء أطر أخلاقية لاستخدام بيانات العملاء تحمي الخصوصية وتضمن الامتثال لمعايير السوق.
- قياس أداء القوائم العقارية متعددة القنوات باستخدام تحليلات التحويل وبيانات إسناد علاقات العملاء.

جدول الدورة

اليوم 1: أسس الذكاء الاصطناعي في التسويق العقاري

- المفاهيم الأساسية لتعلم الآلة ومعالجة البيانات ضمن قمع المبيعات العقارية
- متطلبات تنقية البيانات لقواعد بيانات علاقات العملاء وموجزات إدراج المنصات
- تقنيات تقسيم البيانات العقارية بالاعتماد على سلوك المستثمرين والمعايير السكانية
- رسم نقاط الاتصال في رحلة المستخدم عبر بوابات العقارات السكنية والتجارية
- مراجعة يومية ومواءمة أطر العمل الخاصة بتقنيات التسويق العقاري

اليوم 2: تحسين إدراج العقارات وأتمتة التسويق

- إنشاء النصوص الترويجية الديناميكية ومسارات وصف الأصول الموجهة لشخصيات المشترين
- تصنيف الصور ومراجعة التأثيث الافتراضي وأدوات التحسين البصري للقوائم العقارية
- مسارات أتمتة التسويق لمتابعة العملاء وتذكيرات المعاينة وتحديثات الأسعار
- دمج التنبيهات العقارية المؤتمتة مع منصات إدارة علاقات العملاء
- مراجعة يومية لبروتوكولات تخصيص المحتوى وقواعد أتمتة الحملات

اليوم 3: النمذجة التنبؤية وتأهيل العملاء

- تطبيق النمذجة التنبؤية لاتجاهات السوق العقاري لتوقع تغيرات الأسعار في الأحياء والمناطق
- تقييم نية المشترين وتأهيل الفرص عبر نماذج التقييم السلوكي متعددة الخصائص
- نشر روبوتات الدردشة الذكية للاستفسارات العقارية للحفاظ على التقاط مستمر للعملاء المحتملين
- تحسين تسليم مسار المبيعات من التفاعل المؤتمت إلى الوكلاء المعتمدين
- مراجعة يومية لآليات التقييم التنبؤي ومؤشرات تأهيل مسار المبيعات

اليوم 4: حوكمة البيانات الأخلاقية وأدوات التكنولوجيا العقارية

- ممارسات جمع البيانات المسؤولة والحد من التحيز الخوارزمي وحوكمة خصوصية العملاء
- تقييم المنصات البرمجية الناشئة وأدوات برمجيات التسويق العقاري المتخصصة
- تنظيم بروتوكولات مشاركة البيانات بين فرق الوساطة ووكالات التسويق ومنصات العقارات
- تحليل سيناريوهات الاعتبارات التنظيمية ومتطلبات الامتثال للعدالة العقارية في الإعلانات الرقمية
- مراجعة يومية لتدقيق البنية التقنية وقوائم مراجعة الحوكمة

اليوم 5: الاستقطاب متعدد القنوات وتحليلات الحملات

- تكتيكات تحسين محركات البحث لمواقع العقارات باستخدام أدوات معالجة اللغة الطبيعية
- مسارات رعاية البريد الإلكتروني المقسمة والمصممة للمستثمرين النشطين والعملاء المنتقلين
- نماذج الإسناد عبر إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي ومجمعات الإدراج والقنوات المجانية
- بناء بطاقات أداء تسويقية متكاملة للعقارات لتقييم تكلفة استقطاب العملاء المحتملين
- ملخص الدورة والتخطيط الإجرائي لمحفظة الأصول واختتام البرنامج

التمارين التطبيقية

يشارك المتدربون في تمارين سيناريوهات واقعية لتعزيز القدرات التشغيلية والميدانية.

- تطوير معيار خوارزمي لتقييم العملاء المحتملين مخصص لفئات مشتري العقارات السكنية الفاخرة.
- تدقيق قائمة عقارية رقمية لتحسين العناوين والوصف وقابلية الاكتشاف عبر البحث البصري.
- بناء تسلسل مؤتمت لرعاية العملاء عبر البريد الإلكتروني استجابة لبيانات حضور فعاليات المعاينة المفتوحة.
- تصميم لوحة معلومات لإسناد الحملات متعددة القنوات لقياس تحويلات المنصات وتكلفة العميل المحتمل.

الأسئلة الشائعة

كيف تعالج هذه الدورة تقسيم البيانات العقارية؟

توضح الدورة كيفية تصنيف سجلات العملاء وتفضيلات المستثمرين ومواصفات العقارات باستخدام تقنيات التجميع المؤتمتة لمواءمة القوائم المعروضة مع شرائح المشترين المناسبة.

ما أدوات توليد العملاء المحتملين التي يتم تقييمها في الجلسات؟

تبحث الجلسات روبوتات التأهيل المؤتمتة وأدوات قياس النية السلوكية وإعلانات القوائم الديناميكية ومحفزات إدارة علاقات العملاء المجهزة لاستقطاب مشتري العقارات.

هل يغطي المنهج متطلبات الامتثال والخصوصية؟

نعم، يتضمن المنهج جلسات متخصصة في التعامل المسؤول مع البيانات وتجنب التمييز في الاستهداف الإعلاني وإدارة بيانات العملاء بشفافية كاملة.

الخاتمة

تحقق الفرق العقارية التي تتبنى مسارات عمل منضبطة للذكاء الاصطناعي دقة أعلى في الحملات وانخفاضا في الأعباء الإدارية وزيادة في تحويل المشترين المحتملين. ومن خلال الجمع بين التحليلات التنبؤية والرعاية المؤتمتة وحوكمة البيانات المنظمة، يضع مسؤولو التسويق محافظهم العقارية في موقع تنافسي مستدام.