

تدريب تحليل الأعمال لنمو المبيعات باستخدام الذكاء الاصطناعي

13 – 17 سبتمبر 2027

أمستردام

AGILE LEADERS
Training Center

AGILE LEADERS
Training Center

تدريب تحليل الأعمال لنمو المبيعات باستخدام الذكاء الاصطناعي

المرجع: 83454_103600665 **التاريخ:** 13 – 17 سبتمبر 2027 **المكان:** أمستردام **الرسوم:** Euro 5700

نظرة عامة على الدورة:

تدريب تحليل الأعمال لنمو المبيعات باستخدام الذكاء الاصطناعي هو برنامج تدريبي عملي لمدة أسبوع في تحليل الأعمال، مصمم لتحويل معلومات الأعمال، وذكاء العملاء، وذكاء السوق، وبيانات المبيعات إلى إجراءات تجارية قابلة للقياس. يتطلب النمو المستدام أكثر من مجرد تقنيات بيع؛ فهو يعتمد على فهم أهداف الأعمال، سلوك العملاء، الظروف التنافسية، أداء الإيرادات، والعوامل التي تمكّن النمو أو تقيّده.

تُنمّي هذه الدورة في تحليل الأعمال قدرة المشاركين على تشخيص المشكلات التجارية، وتمييز الأعراض عن الأسباب الجذرية، وتحديد فرص النمو القائمة على الأدلة. يستكشف المشاركون تجزئة العملاء، تحليلات العملاء، تحليل المنافسين، تحليل أداء المبيعات، تحليل الإيرادات، وتحليل مسار المبيعات قبل تحويل نتائجهم إلى استراتيجية نمو مبيعات مركزة.

يقدم البرنامج أيضاً الذكاء الاصطناعي للمبيعات كقدرة تحليلية متقدمة. يتعلم المشاركون كيف يمكن لتحليلات المبيعات التنبؤية، وتجزئة العملاء بالذكاء الاصطناعي، والتنبؤ بالمبيعات بالذكاء الاصطناعي أن تدعم التعرف الأسرع على الأنماط، واكتشاف الفرص، والتنبؤ، واتخاذ القرارات التجارية. كما يُولى الاهتمام لتحديد تسرب الإيرادات، وتحسين تحسين المبيعات، والتعرف على فرص البيع المتقاطع والبيع الإضافي المناسبة.

من خلال سيناريوهات الأعمال، ومجموعات بيانات المبيعات، والأطر التحليلية، والعروض التوضيحية المدعومة بالذكاء الاصطناعي، يتعلم المشاركون كيفية الجمع بين التكنولوجيا والحكم المهني. بحلول نهاية البرنامج، سيكونون مجهزين لإعداد تحليل عملي لنمو المبيعات قائم على الأدلة وخطة عمل متوافقة مع أولويات المؤسسة.

AGILE LEADERS
Training Center

الجمهور المستهدف:

- محللو الأعمال وكبار محللي الأعمال
- مديرو المبيعات ومديرو المبيعات الإقليميون
- مديرو تطوير الأعمال
- المديرون التجاريون والمحللون التجاريون
- محترفو نمو الإيرادات وعمليات الإيرادات
- مديرو ومحللو عمليات المبيعات
- مديرو الحسابات الرئيسية والحسابات الاستراتيجية
- مديرو التسويق ومحللو التسويق
- محترفو تجربة العملاء وذكاء العملاء
- محللو أبحاث السوق وذكاء السوق
- مديرو المنتجات ومديرو الفئات
- محترفو الاستراتيجية والتخطيط المؤسسي
- أخصائيو التنبؤ بالمبيعات وتخطيط الطلب
- محترفو إدارة علاقات العملاء CRM وبيانات العملاء
- رؤساء الأقسام المسؤولون عن الأداء التجاري
- كبار المهنيين المشاركين في اتخاذ القرارات المستندة إلى البيانات

AGILE LEADERS
Training Center

الأقسام المستهدفة:

- تحليل الأعمال
- المبيعات وعمليات المبيعات
- تطوير الأعمال
- الإدارة التجارية
- التسويق
- تجربة العملاء وإدارة علاقات العملاء CRM
- الاستراتيجية والتخطيط المؤسسي
- المالية وإدارة الإيرادات
- البيانات وذكاء الأعمال
- إدارة المنتجات والخدمات

AGILE LEADERS
Training Center

القطاعات المستهدفة:

- البنوك، الخدمات المالية، والتأمين
- التكنولوجيا، الاتصالات، والخدمات الرقمية
- البيع بالتجزئة، التجارة الإلكترونية، والسلع الاستهلاكية
- التصنيع والخدمات الصناعية
- الخدمات المهنية والتجارية
- الرعاية الصحية، الأدوية، والخدمات الطبية
- الطاقة، المرافق، والموارد الطبيعية
- اللوجستيات، النقل، وخدمات سلسلة التوريد
- الضيافة، السياحة، والطيران
- العقارات وخدمات الممتلكات
- مبيعات وتوزيع السيارات
- الإعلام، الإعلان، وخدمات التسويق
- الجهات الحكومية ومنظمات القطاع العام
- مقدمو التعليم والتدريب المهني
- شركات البيع بالجملة، التوزيع، والتجارة الدولية

أهداف الدورة:

بحلول نهاية هذه الدورة، سيتمكن المشاركون من:

- تطبيق تحليل الأعمال المنظم على حالات المبيعات والتجارية.
- ربط أهداف الأعمال بأولويات الإيرادات ونمو المبيعات.
- تشخيص مشكلات المبيعات وتمييز الأعراض عن الأسباب الجذرية.
- تحليل العملاء، الأسواق، المنافسين، المنتجات، وعروض القيمة.
- استخدام تجزئة العملاء وذكاء العملاء لتحديد إمكانات النمو.
- إجراء تحليل أداء المبيعات عبر المنتجات، الحسابات، الفرق، والمناطق.
- تفسير مسارات المبيعات، مسارات التحويل، معدلات التحويل، واتجاهات الأداء.
- اكتشاف تسرب الإيرادات، الفرص المتوقفة، وفجوات الأداء.
- استخدام تحليلات المبيعات لتقييم إمكانيات البيع المتقاطع والبيع الإضافي.
- تطبيق التنبؤ بالمبيعات وتحليل السيناريوهات على القرارات التجارية.
- تحويل النتائج التحليلية إلى استراتيجية نمو مبيعات ذات أولوية.
- استخدام الذكاء الاصطناعي للمبيعات لهيكلة المشكلات، تحليل المعلومات، وتوليد الفرضيات.
- تطبيق تحليلات المبيعات التنبؤية، التنبؤ بالمبيعات بالذكاء الاصطناعي، وتجزئة العملاء بالذكاء الاصطناعي.
- التحقق من صحة الرؤى المولدة بالذكاء الاصطناعي ودمجها مع الحكم المهني.
- تقديم توصيات تجارية قائمة على الأدلة لصناع القرار.
- تطوير تحليل نمو المبيعات وخطة عمل تتضمن الأولويات، مؤشرات الأداء الرئيسية، وإجراءات التنفيذ.

منهجية التدريب:

تستخدم الدورة منهجية تفاعلية تركز على التطبيق تربط تدريب تحليل الأعمال بتحديات المبيعات والتجارية الواقعية. تقدم الجلسات التي يقودها المدرب مفاهيم أساسية، أطر تحليلية، ونماذج اتخاذ القرار، بينما تساعد المناقشات الميسرة المشاركين على ربط هذه الأساليب بمؤسساتهم، عملائهم، أسواقهم، وبيئات مبيعاتهم.

توضح دراسات الحالة كيف يمكن لتحليل الأعمال أن يكشف عن فجوات أداء المبيعات، فرص العملاء، تسرب الإيرادات، وعوائق النمو. يعمل المشاركون فردياً وفي مجموعات لدراسة سيناريوهات الأعمال، إجراء تحليلات العملاء، تطبيق تجزئة العملاء، إجراء تحليل المنافسين، وتفسير ذكاء السوق. تدعم مجموعات بيانات المبيعات المحاكية تحليل بيانات المبيعات، تحليل الإيرادات، تحليل مسار المبيعات، التنبؤ بالمبيعات، والتحقيق في الأسباب الجذرية.

ترشد ورش العمل المنظمة المشاركين خلال الرحلة التحليلية الكاملة: تحديد مشكلة تجارية، جمع الأدلة ذات الصلة، تفسير الأداء، تحديد أولويات الفرص، وتطوير استراتيجية نمو المبيعات. توضح عروض تدريب الذكاء الاصطناعي للمبيعات كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في تنظيم المعلومات، توليد الأسئلة التحليلية، اكتشاف الأنماط، دعم تحليلات المبيعات التنبؤية، واستكشاف سيناريوهات تجارية بديلة.

AGILE LEADERS
Training Center

تُدرج جلسات التفكير والملاحظات كل يوم لتعزيز التعلم، تصحيح الافتراضات التحليلية، وربط الرؤى بأولويات مكان العمل. يختتم البرنامج بحالة عمل متكاملة مدعومة بالذكاء الاصطناعي حيث يقوم المشاركون بتطوير وتقديم تحليل عملي لنمو المبيعات وخطة عمل تستند إلى الأدلة، الحكم التجاري، والاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي.

أدوات الدورة:

- تشخيص نمو الأعمال
- تحديد أهداف الأعمال ومحركات المبيعات
- تحديد المشكلة التجارية
- تحليل نموذج العمل وعرض القيمة
- تجزئة العملاء وتحديد ملفاتهم
- تحليل قيمة العميل وإمكانات النمو
- تحليل محفظة العملاء
- ذكاء العملاء والسوق
- تحديد موقع المنافسين
- تحليل أداء المبيعات
- تحليل بيانات المبيعات والإيرادات
- تحديد تسرب الإيرادات
- تحليل مسار ومسلك المبيعات
- تحليل الربح/الخسارة
- التنبؤ بالمبيعات وتخطيط السيناريوهات
- تحليل الأسباب الجذرية
- تحليل البيع المتقاطع والبيع الإضافي
- تحديد أولويات فرص نمو المبيعات
- تطوير الاستراتيجية التجارية
- توجيه الذكاء الاصطناعي لتحليل الأعمال والمبيعات
- التحقق من صحة الرؤى المولدة بالذكاء الاصطناعي
- الذكاء الاصطناعي المسؤول وسرية البيانات
- تحليل نمو المبيعات وتخطيط الإجراءات
- مؤشرات الأداء الرئيسية للمبيعات وأولويات التنفيذ

ملاحظة هامة: لا يتم توفير الأدوات ذات الصلة. تقدم الدورة رؤى وعروضاً توضيحية وأمثلة لأدوات تحليل الأعمال، تحليلات المبيعات، وأدوات الذكاء الاصطناعي المناسبة عند الحاجة.

محتوى الدورة:

اليوم الأول: تحليل الأعمال ومحركات نمو المبيعات

- **الموضوع 1:** الغرض والقيمة من تحليل الأعمال في البيئات التجارية
- **الموضوع 2:** مواءمة أهداف الأعمال مع أولويات المبيعات والإيرادات
- **الموضوع 3:** نماذج الأعمال، خلق القيمة، والنظم البيئية التجارية
- **الموضوع 4:** المحركات الرئيسية للإيرادات، الربحية، ونمو المبيعات المستدام
- **الموضوع 5:** تحديد مشكلات الأعمال، الأعراض، وفرص النمو
- **الموضوع 6:** متطلبات الأدلة، الأسئلة التحليلية، وأولويات التحليل
- **تفكير ومراجعة:** تطبيق تشخيص نمو الأعمال لربط الأهداف، محركات المبيعات، مشكلات الأداء، ومجالات التحليل

AGILE LEADERS
Training Center

اليوم الثاني: تحليل العملاء والسوق للنمو

- **الموضوع 1:** فهم احتياجات العملاء، توقعاتهم، وسلوك الشراء
- **الموضوع 2:** تجزئة العملاء، تحديد ملفاتهم، وتحليل المحفظة
- **الموضوع 3:** ذكاء العملاء وتحديد الحسابات ذات الإمكانات العالية
- **الموضوع 4:** ذكاء السوق، جاذبيته، اتجاهاته، والطلب الناشئ
- **الموضوع 5:** تحليل المنافسين، تحديد مواقعهم، وقطاعات السوق غير المخدومة
- **الموضوع 6:** فرص البيع المتقاطع، البيع الإضافي، الاحتفاظ، وتطوير العملاء
- **تفكير ومراجعة:** تحويل تحليلات العملاء وذكاء السوق إلى فرص نمو مبيعات محددة

اليوم الثالث: أداء المبيعات وتحليل الإيرادات

- **الموضوع 1:** تحليل بيانات المبيعات التاريخية واتجاهات الأداء
- **الموضوع 2:** تحليل الإيرادات عبر المنتجات، الخدمات، العملاء، والمناطق
- **الموضوع 3:** تحليل مسار المبيعات، حركة مسلك التحويل، ومعدلات التحويل
- **الموضوع 4:** أنماط الربح/الخسارة، قيم الصفقات، وأداء دورة المبيعات
- **الموضوع 5:** اكتشاف الفرص المتوقفة، تسرب الإيرادات، وفجوات الأداء
- **الموضوع 6:** تحليل الأسباب الجذرية لمشكلات المبيعات وضعف الأداء
- **تفكير ومراجعة:** استكمال تشخيص أداء المبيعات لتحديد ما يحدث، أين، لماذا، وما هو التأثير التجاري المترتب عليه

AGILE LEADERS
Training Center

اليوم الرابع: تطوير استراتيجية نمو المبيعات

- **الموضوع 1:** تحويل تحليل الأعمال إلى رؤى تجارية قابلة للتنفيذ
- **الموضوع 2:** تقييم وتحديد أولويات فرص نمو المبيعات
- **الموضوع 3:** استراتيجيات توسيع الحسابات، الاستحواذ، البيع المتقاطع، والبيع الإضافي
- **الموضوع 4:** عروض قيمة العملاء وتحديد المواقع التنافسية للمبيعات
- **الموضوع 5:** الاستراتيجية التجارية، تخصيص الموارد، وأهداف النمو
- **الموضوع 6:** تحليل السيناريوهات، المخاطر، مؤشرات الأداء الرئيسية، وتوصيات أصحاب المصلحة
- **تفكير ومراجعة:** بناء استراتيجية نمو مبيعات قائمة على الأدلة تربط الرؤية، الفرصة، الأولوية، المبادرة، والنتيجة المتوقعة

اليوم الخامس: الذكاء الاصطناعي لتحليل الأعمال ونمو المبيعات

- **الموضوع 1:** قدرات الذكاء الاصطناعي للمبيعات، قيوده، واستخدامه المسؤول
- **الموضوع 2:** استخدام الذكاء الاصطناعي لهيكلة مشكلات الأعمال والفرضيات التحليلية
- **الموضوع 3:** تجزئة العملاء بالذكاء الاصطناعي، تحليلات العملاء، وتحليل الملاحظات
- **الموضوع 4:** ذكاء السوق وتحليل المنافسين بمساعدة الذكاء الاصطناعي
- **الموضوع 5:** تحليلات المبيعات التنبؤية، التنبؤ بالمبيعات بالذكاء الاصطناعي، واكتشاف الشذوذ
- **الموضوع 6:** تحسين المبيعات والتوصيات التجارية المدعومة بالذكاء الاصطناعي
- **تفكير ومراجعة:** دمج بيانات الأعمال، ذكاء العملاء، نتائج السوق، أداء المبيعات، والتحليل المدعوم بالذكاء الاصطناعي في خطة عمل لنمو المبيعات

AGILE LEADERS
Training Center

التساؤلات المكررة:

ما هي المؤهلات أو المتطلبات المسبقة المحددة المطلوبة للمشاركين قبل التسجيل في الدورة؟

لا تتطلب الدورة مؤهلاً رسمياً في تحليل الأعمال أو علم البيانات أو الذكاء الاصطناعي. يجب أن يكون لدى المشاركين فهم أساسي لعمليات الأعمال أو المبيعات واهتمام بتحسين الأداء التجاري. ستساعد الخبرة في المبيعات، تطوير الأعمال، التسويق، الاستراتيجية، إدارة العملاء، المالية، أو تحليل الأعمال المشاركين على ربط الأطر بحالات مكان العمل. لا تتطلب الدورة معرفة إحصائية أو برمجية متقدمة.

كم مدة كل جلسة يومية، وهل هناك عدد إجمالي من الساعات المطلوبة للدورة بأكملها؟

عادةً ما تكون كل جلسة يومية منظمة لتستمر حوالي 4-5 ساعات، مع تضمين فترات استراحة وأنشطة تفاعلية. تستغرق الدورة الإجمالية أسبوع، أي ما يقرب من 20-25 ساعة من التدريب.

هل تركز الدورة على تقنيات البيع أم على تحليل فرص نمو المبيعات؟

تركز الدورة بشكل أساسي على تحليل الأعمال والمبيعات بدلاً من تقنيات البيع التقليدية. تدرس العملاء، الأسواق، المنافسين، بيانات المبيعات، أداء الإيرادات، مسارات المبيعات، التنبؤات، والفرص التجارية. يستخدم المشاركون بعد ذلك هذه النتائج لتطوير استراتيجية نمو مبيعات قائمة على الأدلة. يُقدم الذكاء الاصطناعي كقدرة دعم تحليلية، وليس كبديل للحكم المهني أو البيع القائم على العلاقات.

كيف تختلف هذه الدورة عن دورات تحليل الأعمال الأخرى لنمو المبيعات:

يتميز تدريب تحليل الأعمال لنمو المبيعات باستخدام الذكاء الاصطناعي بدمج ثلاثة تخصصات غالباً ما تُدرّس بشكل منفصل: تحليل الأعمال، الأداء التجاري، والذكاء الاصطناعي التطبيقي. بدلاً من التعامل مع تحليل الأعمال كموضوع عام لإدارة المتطلبات، تطبقه الدورة مباشرة على نمو المبيعات، تطوير العملاء، أداء الإيرادات، واتخاذ القرارات التجارية.

يتبع البرنامج تسلسلاً تحليلياً واضحاً. يستعرض المشاركون أولاً نموذج العمل ومحركات النمو، ثم يجرون تحليلات العملاء، تجزئة العملاء، ذكاء السوق، وتحليل المنافسين. ثم يقومون بتحليل أداء المبيعات، تحليل الإيرادات، وتحليل مسار المبيعات قبل تحويل نتائجهم إلى استراتيجية عملية لنمو المبيعات.

مكون تدريب الذكاء الاصطناعي للمبيعات يركز بنفس القدر. بدلاً من تقديم الذكاء الاصطناعي كمجموعة من الأدوات المنفصلة، يوضح البرنامج أين يمكن للذكاء الاصطناعي أن يدعم هيكلة المشكلات، تحليل المعلومات، تحليلات المبيعات التنبؤية، تجزئة العملاء بالذكاء الاصطناعي، التنبؤ بالمبيعات بالذكاء الاصطناعي، وتحسين المبيعات. كما يتناول التحقق من الصحة، السرية، المخرجات غير الدقيقة، والأهمية المستمرة للحكم البشري.

الناتج النهائي ليس مجرد مجموعة من ملاحظات الدورة. يجمع المشاركون المكونات التحليلية معاً في تحليل نمو المبيعات وخطة عمل تغطي تشخيص الأعمال، فرص العملاء والسوق، الأولويات التجارية، التوصيات، مؤشرات الأداء الرئيسية، المخاطر، وأولويات التنفيذ.