



دورة:

تحليل البيانات والتعلم الذلي لتعزيز التفاعل مع العملاء

18 - 22 أكتوبر 2026

اسطنبول (تركيا)

DoubleTree by Hilton Istanbul

تحليل البيانات والتعلم الآلي لتعزيز التفاعل مع العملاء

رمز الدورة: SM13267 تاريخ الإنعقاد: 18 - 22 أكتوبر 2026 دولة الإنعقاد: اسطنبول (تركيا) - Istanbul Hilton by DoubleTree رسوم الاشتراك: Euro 5775

المقدمة:

تم تصميم هذا البرنامج التدريبي من قبل Center Training Horizon Global لتمكين المشاركين من فهم كيفية استخدام أدوات تحليل البيانات وتقنيات التعلم الآلي لتحسين التفاعل مع العملاء وتعزيز الولاء وتجربة المستخدم. مع ازدياد حجم البيانات وتنوع مصادرها، بات من الضروري للمؤسسات تبني حلول ذكية تساعد في فهم سلوك العملاء، التنبؤ باحتياجاتهم، وتقديم تجارب مخصصة تعزز من القيمة المؤسسية والعلاقات طويلة الأمد. يستعرض البرنامج أدوات تحليل البيانات الحديثة وخوارزميات التعلم الآلي التي يمكن دمجها ضمن أنظمة إدارة العلاقة مع العملاء CRM لتطوير تواصل أكثر فعالية.

أهداف البرنامج:

بنهاية هذا البرنامج، سيتمكن المشاركون من:

- فهم المفاهيم الأساسية لتحليل البيانات والتعلم الآلي في سياق خدمة العملاء
- استخدام التحليلات التنبؤية لفهم سلوك العملاء واتخاذ قرارات تسويقية فعّالة
- تطوير نماذج تعلم آلي لتحسين تخصيص الخدمات وزيادة التفاعل
- دمج أدوات الذكاء الاصطناعي مع استراتيجيات التسويق والعلاقات العامة
- قياس فعالية تفاعل العملاء وتحسين الأداء العام من خلال مؤشرات واضحة

منهجية التدريب:

- محاضرات تفاعلية مدعومة بدراسات حالة حقيقية
- تطبيقات عملية باستخدام أدوات تحليل البيانات مثل: BI Power, Python, Excel المتقدم
- مناقشات جماعية وتمارين تحليلية
- عروض تقديمية فردية وجماعية حول نتائج النماذج التحليلية
- أدوات تقييم وقياس الأثر التطبيقي للمهارات المكتسبة

الأثر المؤسسي:

- تعزيز قدرة المؤسسة على اتخاذ قرارات قائمة على البيانات
- رفع مستوى الرضا والولاء لدى العملاء من خلال التفاعل المخصص
- تحسين استهداف الحملات التسويقية وتقليل التكاليف
- دعم الابتكار المؤسسي في مجال إدارة تجربة العملاء

- تسريع تبني ثقافة البيانات والتحليلات الذكية داخل المؤسسة

الفئات المستهدفة:

- مدراء ومختصو التسويق وتجربة العملاء
- محللو البيانات ومنسقي قواعد البيانات
- مسؤولو أنظمة CRM والتحول الرقمي
- العاملون في تطوير الأعمال وخدمة العملاء
- مطورو الاستراتيجيات الرقمية والابتكار المؤسسي

المحاور التدريبية

اليوم الأول: مدخل إلى تحليل البيانات وخدمة العملاء

- أهمية البيانات في تعزيز التفاعل مع العملاء
- أنواع البيانات ومصادرها بيانات داخلية وخارجية
- أدوات تحليل البيانات المستخدمة في التسويق وخدمة العملاء
- دراسات حالة حول تحليل البيانات في بيئات خدمية

اليوم الثاني: التحليلات التنبؤية وسلوك العملاء

- تقنيات التحليل التنبؤي وأساسياتها
- بناء نماذج التنبؤ بسلوك العملاء Churn, Upsell, sell-Cross
- أدوات تحليل سلاسل السلوك والتفاعلات
- دراسة حالة: تطبيق نموذج تنبؤي في قطاع التجزئة أو الخدمات

اليوم الثالث: التعلم الآلي في خدمة العملاء

- مقدمة في التعلم الآلي والإشراف على النماذج Unsupervised vs Supervised
- خوارزميات شائعة Trees Decision, Forest Random, Means-K, وغيرها
- تطبيقات التعلم الآلي في تخصيص العروض وتوصيات المنتجات
- تطوير نموذج تعلم آلي باستخدام أدوات مرئية أو تعليمية

اليوم الرابع: تكامل البيانات مع استراتيجيات التفاعل

- ربط النماذج التحليلية مع أنظمة CRM ووسائل التواصل
- تطوير استراتيجيات تفاعل ذكي بناءً على البيانات
- تخصيص المحتوى وتوقيته وتحسين تجربة المستخدم
- أتمتة التفاعل مع العملاء من خلال نماذج ذكية

اليوم الخامس: تنفيذ وتحليل الأداء

- مؤشرات قياس التفاعل الفعّال مع العملاء KPIs Engagement
- استخدام لوحات التحكم Dashboards لتحليل الأداء
- تقديم المشاريع التحليلية النهائية من قبل المتدربين
- وضع خطة عمل لتطبيق ما تم تعلمه داخل المؤسسة