

€ TRAINING

تحليل سلوك العميل واستراتيجيات التسويق الشخصي الحديثة

29 يونيو - 3 يوليو 2025
دبي (الإمارات العربية المتحدة)



تحليل سلوك العميل واستراتيجيات التسويق الشخصي الحديثة

رمز الدورة: V1273 تاريخ الانعقاد: 29 يونيو - 3 يوليو 2025 دولة الانعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - التكلفة: 4400 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

يعتبر فهم سلوك العميل وتطوراته في عالم التسويق الحديث أمرًا حيويًا لنجاح العمل التجاري. يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لتحليل سلوك العميل بشكل شامل واستخدام استراتيجيات التسويق الشخصي المتقدمة لتلبية احتياجات العملاء وتحقيق أهداف الشركة.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم عميق لأسس نظرية سلوك العميل وتطوراتها في سوق التسويق الحديث.
- تحليل سلوك العميل بشكل فعال باستخدام الأدوات والتقنيات المتقدمة.
- استكشاف أحدث الاتجاهات في استراتيجيات التسويق الشخصي وتطبيقها عمليًا.
- تطوير مهارات التفاعل مع العملاء وبناء علاقات مستدامة ومربحة.
- تحقيق تحسين ملموس في أداء التسويق وزيادة معدلات التحويل والولاء للعملاء.

الفئات المستهدفة:

- مديري التسويق ومسؤولي استراتيجيات التسويق.
- المحللون الاستراتيجيون ومتخصصو سلوك العميل.
- أصحاب الأعمال ورجال الأعمال الراغبين في تحسين استراتيجيات التسويق الخاصة بهم.
- المسؤولين عن تطوير العلامة التجارية وتجربة العملاء.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى

فهم سلوك العميل في السوق الحديث:

- تطور نظريات سلوك العميل وتطبيقاتها العملية.
- استخدام البيانات والأبحاث لفهم احتياجات ورغبات العملاء.
- تحليل العوامل النفسية والاجتماعية التي تؤثر على قرارات الشراء.

الوحدة الثانية

أساليب تحليل سلوك العميل:

- استخدام أدوات التحليل الكمية والنوعية في فحص سلوك العميل.
- تقنيات التحليل الإحصائي المتقدمة لتحليل بيانات العملاء.
- فهم تحليل البيانات الكبيرة Data Big وتطبيقاتها في تحليل سلوك العميل.

الوحدة الثالثة

استراتيجيات التسويق الشخصي المتقدمة:

- تطبيق استراتيجيات التسويق الشخصي المستندة إلى البيانات.
- تخصيص تجارب العملاء وتصميم عروض مخصصة بناءً على تحليل السلوك.
- استخدام التسويق الرقمي والتسويق الهدف لزيادة فعالية الحملات التسويقية.

الوحدة الرابعة

بناء العلاقات مع العملاء:

- استراتيجيات بناء العلاقات القائمة على الثقة والتواصل الفعال.
- تطبيق تقنيات إدارة العلاقات مع العملاء CRM في تحسين تجربة العملاء.
- إدارة الشكاوى والاستجابة لمتطلبات العملاء بفعالية.

الوحدة الخامسة

تقييم وتحسين أداء التسويق الشخصي:

- قياس أداء استراتيجيات التسويق الشخصي وتحليل النتائج.
- التعلم من البيانات والتحسين المستمر للحملات التسويقية.
- تطبيق الاختبارات الفعلية والتجارب لتحسين فعالية العروض والحملات.