المؤسسة العربية للاستشارات والتدريب وتطوير الأداء
AINFCT | info@ainfct.com | www.ainfct.com

تقنيات وإجراءات تحديد سمات العملاء

فكرة الدورة

تتزايد أهمية تحديد سمات العملاء في بيئات التسويق والمبيعات مع توسع القنوات الرقمية وتنوع مصادر البيانات وتغير توقعات العملاء. لم تعد المؤسسات تعتمد على الانطباعات العامة أو التصنيفات التقليدية فقط، بل أصبحت بحاجة إلى إجراءات واضحة لجمع البيانات، تنظيمها، تحليلها، وربطها بسلوكيات الشراء والتفاعل والقيمة المتوقعة. يركز هذا البرنامج على بناء فهم عملي للتقنيات المستخدمة في توصيف العملاء، مثل التجزئة السلوكية والديموغرافية والنفسية، وتحليل رحلة العميل، وبناء الشخصيات التسويقية، واستخدام مؤشرات البيانات لدعم قرارات الاستهداف والتواصل. كما يتناول البرنامج الجوانب الإجرائية المرتبطة بجودة البيانات، حماية الخصوصية، توثيق الفرضيات، واختبار دقة السمات قبل استخدامها في الحملات أو التقارير. تقدم AINFCT هذا البرنامج بمنهج يجمع بين الأساس الفني والتطبيق العملي، بما يساعد المشاركين على تحويل معلومات العملاء إلى رؤى منظمة تدعم التخطيط التسويقي وتحسين تجربة العميل. وتكمن قيمة البرنامج في ربط التحليل بالقرار، دون إغراق المشاركين في تعقيدات تقنية غير لازمة للمستوى المتوسط.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تطبيق مفاهيم تحديد سمات العملاء بدقة.
- تصنيف العملاء وفق بيانات قابلة للتحليل.
- بناء شخصيات عملاء مبنية على أدلة.
- تحليل رحلة العميل ومواطن التأثير.

- تقييم جودة البيانات قبل استخدامها.
- توثيق إجراءات التوصيف والاستهداف.

منهجية الدورة

- شرح تطبيقي للمفاهيم الفنية المرتبطة ببيانات العملاء.
- تمارين عملية على بناء شرائح وشخصيات عملاء.
- تحليل حالات تدريبية مرتبطة بالتسويق والمبيعات.
- مناقشات موجهة حول جودة البيانات والخصوصية.
- تطبيق ختامي لإعداد نموذج توصيف عملاء مختصر.

أثر الدورة على المنظمة

يمكن تعزيز قرارات التسويق والمبيعات من خلال:

- رفع دقة الاستهداف التسويقي.
- تحسين مواءمة العروض مع الشرائح.
- تقليل الهدر في الحملات التسويقية.
- دعم التخطيط المبني على بيانات العملاء.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- قراءة بيانات العملاء بصورة منهجية.
- تصميم شرائح عملاء قابلة للتطبيق.
- صياغة فرضيات توصيف قابلة للاختبار.
- استخدام مؤشرات العميل في القرارات.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين الذين يتعاملون مع بيانات العملاء أو يستخدمونها في قرارات التسويق والمبيعات. كما يفيد الفرق التي تحتاج إلى تحويل المعلومات المتاحة إلى شرائح ورؤى قابلة للتطبيق.

- موظفو التسويق والمبيعات وتطوير الأعمال.
- محللو بيانات العملاء ومعلومات السوق.
- مسؤولو الحملات والقنوات الرقمية.
- مشرفو تجربة العميل وخدمة العملاء.
- العاملون في إدارة قواعد بيانات العملاء.

موضوعات الدورة

اليوم الأول: مدخل فني إلى سمات العملاء ودورها التسويقي

- مفهوم سمات العملاء والفرق بين البيانات والمعلومات والرؤى.

- أهمية التوصيف في قرارات الاستهداف والتموضع والتواصل.
- أنواع السمات: ديموغرافية، سلوكية، نفسية، وقيمية.
- مصادر بيانات العملاء الداخلية والخارجية وحدود استخدامها.
- مبادئ جودة البيانات وصلاحيتها للتحليل التسويقي.

اليوم الثاني: جمع بيانات العملاء وتنظيمها

- تحديد احتياجات البيانات وفق أهداف التسويق والمبيعات.
- تصميم نماذج جمع بيانات العملاء ومراجعة حقولها الأساسية.
- تنظيم البيانات في فئات واضحة قابلة للمقارنة والتحليل.
- التعامل مع البيانات الناقصة أو المكررة أو غير المتسقة.
- اعتبارات الخصوصية والموافقة والحد الأدنى من البيانات.

اليوم الثالث: تقنيات تصنيف العملاء وبناء الشرائح

- استخدام التجزئة السوقية لتكوين مجموعات عملاء متجانسة.
- تحليل السلوك الشرائي والتفاعل الرقمي ومؤشرات الولاء.
- تحديد العملاء الأعلى قيمة والأكثر قابلية للاستجابة.
- تطبيق نماذج بسيطة لتسجيل العملاء وترتيب الأولويات.
- اختبار منطق الشرائح ومراجعة قابليتها للاستخدام العملي.

اليوم الرابع: بناء شخصيات العملاء وتحليل رحلة العميل

- تحويل البيانات إلى شخصيات عملاء واضحة ومهنية.
- تحديد الدوافع والاحتياجات والتوقعات ونقاط الألم.
- رسم مراحل رحلة العميل من الوعي إلى الاحتفاظ.
- ربط السمات بالرسائل والقنوات ونقاط الاتصال المناسبة.
- مراجعة اتساق الشخصيات مع البيانات والنتائج الميدانية.

اليوم الخامس: إجراءات التوثيق والتطبيق والتحسين

- إعداد نموذج موحد لتوثيق سمات العملاء والشرائح.

- بناء خطوات عمل واضحة لتحديث السمات دوريًا.
- ربط توصيف العملاء بتخطيط الحملات وقياس النتائج.
- استخدام مؤشرات الأداء لمراجعة فاعلية التوصيف.
- إعداد خطة تطبيق مختصرة لتحسين إجراءات تحديد السمات.

course_daily_schedule

يمتد البرنامج على خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات يوميًا. يخصص الجزء الأول من كل يوم لعرض المفاهيم والأدوات الرئيسية، ثم ينتقل التدريب إلى مناقشات وتمارين تطبيقية. يتضمن كل يوم مراجعة قصيرة لما تم تعلمه وربطًا عمليًا بمحاور اليوم التالي، مع تخصيص اليوم الخامس لتكامل الإجراءات وإعداد تطبيق ختامي مختصر.

course_assessment

يعتمد تقييم المشاركين على التفاعل أثناء الجلسات، والتمارين التطبيقية، ومراجعة نموذج توصيف العملاء الذي يتم تطويره خلال البرنامج. يحصل المشاركون الذين يستكملون متطلبات الحضور والمشاركة على شهادة حضور أو إتمام صادرة عن AINFCT.

course_key_competencies

- تحليل بيانات العملاء.
- تصنيف الشرائح التسويقية.
- بناء شخصيات العملاء.
- تقييم جودة البيانات.
- توثيق إجراءات التوصيف.

- ربط الرؤى بالاستهداف.

مكتب القاهرة الرئيسي

القاهرة، جمهورية مصر العربية

7 شارع وهران، الطيران، مدينة نصر

+201152466358

info@ainfct.com

ainfct.com

رقم التسجيل الضريبي: 472920235

مكتب مدريد الفرعي

مدريد، إسبانيا

شارع الصحة 3، وسط المدينة، 28013 مدريد

training@ainfct.com

ainfct.com