

## Artificial Intelligence in Marketing (Virtual)

## الذكاء الاصطناعي في التسويق (افتراضي)



### What Will I Benefit?

This course aims to equip you with valuable skills and insights that will help you leverage AI to enhance your marketing strategies, improve customer engagement, and optimize your marketing efforts.

### ماذا سأستفيد؟

تهدف هذه الدورة إلى تزويدك بالمهارات والرؤى القيمة التي ستساعدك في استخدام الذكاء الاصطناعي لتعزيز استراتيجيات التسويق، وتحسين التفاعل مع العملاء، وتحقيق أقصى استفادة من جهودك التسويقية.



### Course Objectives

At the end of this course, the participants should be able to:

- \* Understand the basics of AI and its applications in marketing.
- \* Learn how to use AI tools to personalize marketing strategies and improve customer targeting.
- \* Discover how AI can enhance customer engagement, content creation, and data analysis.
- \* Understand the ethical implications of AI in marketing.
- \* Implement AI-based solutions for marketing automation and campaign optimization.

### أهداف الدورة

- في نهاية الدورة التدريبية يجب أن يكون المشاركون قادرين على:
- \* فهم أساسيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في التسويق.
- \* تعلم كيفية استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتخصيص استراتيجيات التسويق وتحسين استهداف العملاء.
- \* اكتشاف كيفية تحسين التفاعل مع العملاء، وإنشاء المحتوى، وتحليل البيانات باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- \* فهم الآثار الأخلاقية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق.
- \* تنفيذ حلول قائمة على الذكاء الاصطناعي لأتمتة التسويق وتحسين الحملات.



### Target Audience

- \* Marketing Managers
- \* Marketing Professionals
- \* Customer Relationship Professionals
- \* Brand Managers
- \* Content Creators
- \* Data Analysts

### الفئة المستهدفة

- \* مدراء التسويق
- \* مسؤولي التسويق
- \* مسؤولي علاقات وخدمات العملاء
- \* مدراء الهوية
- \* كتاب المحتوى
- \* محللي البيانات



## Course Outline

### ► Unit 1: Introduction to AI in Marketing

- \* What is Artificial Intelligence?
  - Basic concepts of AI: Machine Learning, Natural Language Processing (NLP), Deep Learning.
  - The evolution of AI and its role in the business world.
  - Benefits and challenges of using AI in marketing.
- \* AI Applications in Marketing
  - Overview of how AI is transforming marketing: personalization, automation, and predictive analytics.
  - Case studies of AI-driven marketing success stories (e.g., Amazon, Netflix, and Spotify).
- \* Key AI Technologies for Marketing
  - Machine Learning for predicting customer behavior and preferences.
  - Natural Language Processing for chatbots, sentiment analysis, and customer insights.
  - Computer Vision for image recognition and visual content analysis.

### ► Unit 2: Personalization, Targeting, and AI-Driven Customer Engagement

- \* AI in Personalization
  - How AI can create hyper-personalized marketing experiences.
  - Examples of AI-driven personalization in email marketing, product recommendations, and website content.
  - Using AI to segment audiences and target the right customers with the right message.
- \* Chatbots and Conversational Marketing
  - The role of AI-powered chatbots in customer service and lead generation.
  - Building AI-driven conversational flows for better customer engagement.
  - Implementing chatbots for 24/7 support, product recommendations, and query resolution.
- \* Predictive Analytics for Marketing Campaigns
  - How AI can predict customer behavior and improve marketing strategies.
  - Using AI to forecast trends, measure campaign success, and optimize customer targeting.
  - Tools for predictive analytics: Machine Learning models, Google Analytics, and CRM integration.

## محتوى الدورة

### ◀ الوحدة 1: مقدمة في الذكاء الاصطناعي في التسويق

- \* ما هو الذكاء الاصطناعي؟
  - المفاهيم الأساسية للذكاء الاصطناعي: التعلم الآلي، معالجة اللغة الطبيعية (NLP)، التعلم العميق.
  - تطور الذكاء الاصطناعي ودوره في عالم الأعمال.
  - فوائد وتحديات استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق.
- \* تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق
  - نظرة عامة على كيفية تحويل الذكاء الاصطناعي للتسويق: التخصيص، الأتمتة، والتطبيقات التنبؤية.
  - دراسات حالة عن نجاحات التسويق المدفوعة بالذكاء الاصطناعي (مثل أمازون، نتفليكس، وسبوتيفاي).
- \* التقنيات الرئيسية للذكاء الاصطناعي في التسويق
  - التعلم الآلي للتنبؤ بسلوك العملاء وتفضيلاتهم.
  - معالجة اللغة الطبيعية للردود الفورية للخدمة الآلية، وتحليل المشاعر، ورؤى العملاء.
  - الرؤية الحاسوبية للتعرف على الصور وتحليل المحتوى المرئي.

### ◀ الوحدة 2: التخصيص، الاستهداف، والتفاعل مع العملاء المدفوع بالذكاء الاصطناعي

- \* الذكاء الاصطناعي في التخصيص
  - كيف يمكن للذكاء الاصطناعي إنشاء تجارب تسويقية مخصصة للغاية.
  - أمثلة على التخصيص المدفوع بالذكاء الاصطناعي في التسويق عبر البريد الإلكتروني، توصيات المنتجات، ومحتوى المواقع الإلكترونية.
  - استخدام الذكاء الاصطناعي لتقسيم الجمهور واستهداف العملاء المناسبين بالرسالة الصحيحة.
- \* الدردشة الآلية والتسويق المحادثاتي
  - دور الدردشة الآلية المدعومة بالذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء وتوليد العملاء المحتملين.
  - بناء تدفقات محادثة مدفوعة بالذكاء الاصطناعي لتحسين التفاعل مع العملاء.
  - تنفيذ الدردشة الآلية للدعم على مدار الساعة، وتوصيات المنتجات، وحل الاستفسارات.
- \* التطبيقات التنبؤية لحملات التسويق
  - كيف يمكن للذكاء الاصطناعي التنبؤ بسلوك العملاء وتحسين استراتيجيات التسويق.
  - استخدام الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بالاتجاهات، وقياس نجاح الحملات، وتحسين استهداف العملاء.
  - أدوات التحليلات التنبؤية: نماذج التعلم الآلي، تحليلات جوجل، وتكامل إدارة علاقات العملاء (CRM).



### ► Unit 3: AI in Marketing Automation, Campaign Optimization, and Ethics

- \* Marketing Automation with AI
  - Introduction to AI-powered marketing automation tools (e.g., Marketo, HubSpot, Salesforce).
  - Automating customer segmentation, lead nurturing, and content distribution.
  - Optimizing customer journeys and interactions through AI.
- \* AI for Campaign Optimization
  - How AI improves decision-making in real-time to optimize marketing campaigns.
  - A/B testing, dynamic pricing, and personalized ad targeting with AI.
  - Using AI to optimize PPC campaigns, social media ads, and email marketing strategies.
- \* Ethical Implications and Challenges of AI in Marketing
  - Ethical concerns related to privacy, data security, and AI decision-making.
  - How to maintain transparency and fairness in AI-driven marketing.
  - Best practices for using AI responsibly and ensuring customer trust.

### ◀ الوحدة 3: الذكاء الاصطناعي في أتمتة التسويق، تحسين

#### الحملات، والأخلاقيات

- \* أتمتة التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي
  - مقدمة لأدوات الأتمتة المدعومة بالذكاء الاصطناعي في التسويق (مثل ماركيتو، هاب سبوت، وسيلز فورس).
  - أتمتة تقسيم العملاء، رعاية العملاء المحتملين، وتوزيع المحتوى.
  - تحسين رحلات العملاء وتفاعلاتهم من خلال الذكاء الاصطناعي.
- \* الذكاء الاصطناعي لتحسين الحملات
  - كيف يحسن الذكاء الاصطناعي اتخاذ القرارات في الوقت الفعلي لتحسين الحملات التسويقية.
  - اختبار A/B، التسعير الديناميكي، واستهداف الإعلانات المخصصة باستخدام الذكاء الاصطناعي.
  - استخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين حملات الدفع مقابل النقرة (PPC)، والإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي، واستراتيجيات التسويق عبر البريد الإلكتروني.
- \* الآثار الأخلاقية والتحديات لاستخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق
  - القضايا الأخلاقية المتعلقة بالخصوصية، وأمن البيانات، واتخاذ القرارات بواسطة الذكاء الاصطناعي.
  - كيف تحافظ على الشفافية والعدالة في التسويق المدعوم بالذكاء الاصطناعي.
  - أفضل الممارسات لاستخدام الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول وضمان ثقة العملاء.



### Target Competencies

- \* AI Tools for Marketing
- \* Personalization & Targeting
- \* Automation & Campaign Optimization
- \* Data-Driven Decision Making



### Course Methodology

This training course will be carried out through the use of best practices and the right combination of engaging and purposeful tools such as:

- \* Practical, relevant case studies
- \* Group activities and workshops
- \* Related role plays

### الجدارات المستهدفة

- \* أدوات الذكاء الاصطناعي للتسويق
- \* التخصيص والاستهداف
- \* الأتمتة وتحسين الحملات
- \* اتخاذ القرارات المعتمدة على البيانات

### منهجية الدورة

سيتم تنفيذ هذه الدورة التدريبية من خلال استخدام أفضل الممارسات ومن خلال اختيار المناسب من الأدوات الهادفة والتفاعلية مثل:

- \* الحالات الدراسية والعملية ذات العلاقة
- \* ورش العمل وأنشطة جماعية
- \* تمثيل الأدوار ذات العلاقة



- \* Experiential learning
- \* Brainstorming
- \* Stimulating mental activities
- \* Engaging team competitions
- \* Suitable training Videos
- \* Presentations
- \* Self-assessments
- \* Learning with Simulations and Games

- \* التعلم التجريبي
- \* العصف الذهني
- \* أنشطة ذهنية محفزة
- \* مسابقات جماعية تفاعلية
- \* الأفلام التدريبية والمقاطع المصورة
- \* العرض التوضيحي
- \* تقييم الذات
- \* التعلم من خلال المحاكاة والألعاب



## Duration

3 Days

25-27/2/2025  
Visual - English

27-29/7/2025  
Visual - Arabic

## مدة الدورة

3 أيام

2025/7/29-27  
افتراضي - عربي

2025/2/27-25  
افتراضي - انجليزي



## Fees

3900 SR  
Fees do not include value added tax

## الرسوم

3900 ريال سعودي  
الرسوم لا تشمل ضريبة القيمة المضافة