

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 تزويحك 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 لتخفيض 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 لأنظمة التسويق وتحسين الحملات.



Target Audience

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

الفئة المستهدفة

- * مدرب التسويق
- * مسؤولي التسويق
- * مسؤولي علاقات وخدمات العملاء
- * دراء 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.

◀ 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، والتحليلات التنبؤية.
 - دراسات حالة عن نجاحات التسويق المدفوعة بالذكاء الاصطناعي (مثل أمازون، تتفليكس، وسبوتيفاي).
- * التقنيات الرئيسية للذكاء الاصطناعي في التسويق
 - التعلم الآلي للتنبؤ بسلوك العملاء وتفصيلاتهم.
 - معالجة اللغة الطبيعية للدردشة 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، ومحلى الواقع الإلكتروني.
 - 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، وتحصيل المنتجات، وحل الاستفسارات.
 - * التحليلات 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 العملات، 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 العملات**

- 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**

الجدارات المستهدفة

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

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

منهجية الدورة

سيتم تنفيذ هذه الدورة التدريبية من خلال استخدام أفضل الممارسات ومن خلال اختيار المناسب من الأدوات الهدف 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 التجربى
- * العصف الذهنى
- * أنشطة ذهنية محفزة
- * مسابقات جماعية تفاعلية
- * الأفلام التدريبية والمقطوع المصوررة
- * العرض التوضيحي
- * تقييم الذات
- * التعلم من خلال المحاكاة والألعاب



Duration

3 Days

25-27/2/2025
Visual - English

27-29/7/2025
Visual - Arabic

3 أيام

2025/7/29-27
افتراضي - عربى

2025/2/27-25
افتراضي - انجليزى



Fees

3900 SR

Fees do not include value added tax

الرسوم

3900 ريال سعودي

الرسوم لا تشمل ضريبة القيمة المضافة