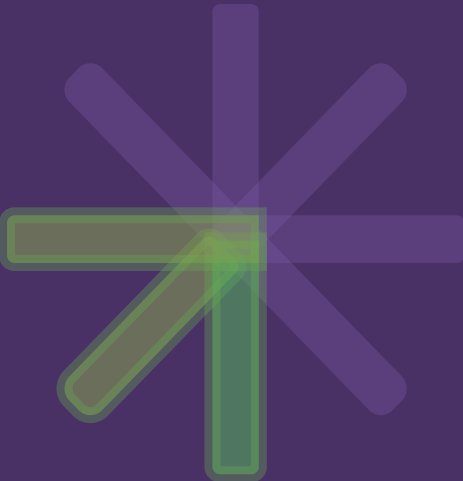
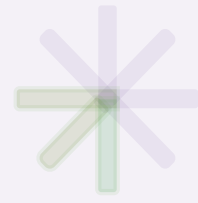


تحليلات التسويق والعائد على الاستثمار

22 - 26 Nov 2026
الدوحة





تحليلات التسويق والعائد على الاستثمار

المرجع: 1609_4835 التاريخ: 22 - 26 Nov 2026 الموقع: الدوحة الرسوم: GBP 5500

تحليلات التسويق والعائد على الاستثمار دورة تنفيذية مدتها خمسة أيام يقدمها مركز مارس للتدريب في مقر دولية في لندن وأمستردام وجنيف ودبي ونيويورك وهي مصممة لمديري التسويق ورؤساء تحليلات التسويق وكبار المسوقين الذين يتعين عليهم الدفاع تجارياً عن الاستثمار التسويقي وقيادة وظيفة تسويق قائمة على الأدلة.

أصبح التسويق أكثر قابلية للقياس من أي وقت مضى، وأصعب في الوقت نفسه على القياس الصادق. فرحلات المشتري متعددة القنوات، والمنصات المفلقة، وتنشؤ الإنسان، وتزايد قيود الخصوصية، جعلت السردية البسيطة من النقطة إلى التحويل غير موثوقة. ويحتاج كبار المسوقين إلى منهج منظم لقياس ما يهم فعلاً، ولطرح أسئلة حادة على فرق التحليلات والوكالات، ولعرض أداء التسويق بصيغة يقبلها المدير المالي.

على مدى خمسة أيام مركزة، سنتناول منظومة تحليلات التسويق: استراتيجية القياس، ونهضة المزيج التسويقي، والإسناد، والقيمة الدائمة للعميل، ولوحات المؤشرات وسرد النتائج، والانضباط اللازمة لقيادة وظيفة تسويق تقودها التحليلات. ويستند البرنامج إلى دراسات حالة إقليمية وتمارين تطبيقية مبنية على مشكلات أداء تسويقي واقعية.

ماذا ستتعلم

بحلول نهاية هذا البرنامج ستكون قادراً على:

- بناء إطار لقياس التسويق متوائم مع الخطة التجارية.
- تطبيق ونطق نهضة المزيج التسويقي على مستوى القيادة العليا.
- قراءة مخرجات الإسناد بعين نقدية وتجنب المزالق الشائعة.
- حساب القيمة الدائمة للعميل واستخدامها أداة تخطيط.
- تصميم لوحة مؤشرات تسويقية تستخدمها الإدارة التنفيذية فعلاً.
- تشخيص صحة وظيفة التحليلات بصدق.
- قيادة فريق تحليلات دون التحويل إلى محلل بيانات.
- مساءلة تقارير الأداء الواردة من الوكالات بصراحة.
- الدفاع عن الإنفاق التسويقي أمام الإدارة المالية ومجلس الإدارة.
- توظيف الذكاء الاصطناعي وأدوات البيانات الحديثة في تحليلات التسويق.

كيف ستستفيد

ستفاد بالاهام قيادي بالتحليلات والإسناد وعائد الاستثمار يكفي لقيادة الوظيفة، إضافة إلى شهادة إتمام من مارس.

وستكسب مؤسستك قائد تسويق قادراً على الدفاع تجارياً عن الميزانية، ومساءلة أعمال التحليلات بشكل سليم، وبناء ثقافة قياس داخل فريق التسويق.



لن هذا البرنامج

صمّم هذا البرنامج لكبار قادة التسويق والتحليلات، ومنهم:

- مديرو التسويق ورؤساء وحدات التسويق
- رؤساء تحليلات التسويق والرؤى
- مديرو التسويق الرقمي المسؤولون عن القياس
- مديرو العلامات التجارية المنتقلون إلى مسؤولية النداء
- المديرون التجاريون الذين يقودون وظائف التسويق
- رؤساء إدارة علاقات العملاء والتسويق عبر دورة حياة العميل
- كبار المسؤولين لدى العميل المسؤولين عن وكالات النداء

الحد الأدنى للمستوى الوظيفي هو مدير أول فما فوق. يُقدّم البرنامج حضورياً على مدى خمسة أيام في لندن أو أمستردام أو جنيف أو دبي أو نيويورك، وينتهي بمنح شهادة إتمام من مارس.