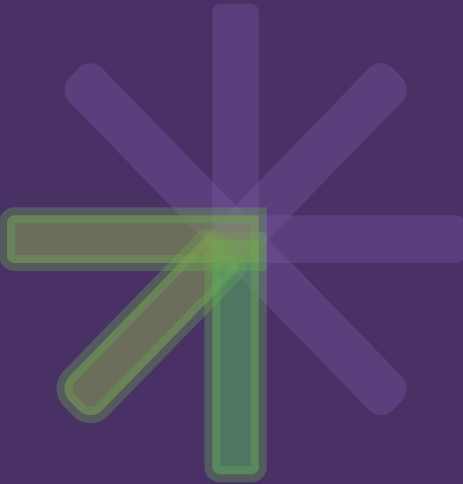


تحليلات التسويق والعائد على الاستثمار

19 – 23 أكتوبر 2026

نيويورك





تحليلات التسويق والعائد على الاستثمار

المرجع: 10114_1609 التاريخ: 19 – 23 أكتوبر 2026 المكان: نيويورك الرسوم: GBP 7900

تحليلات التسويق والعائد على الاستثمار دورة تنفيذية مدتها خمسة أيام يقدمها مركز مارس للتدريب في مقار 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. فرصات المشتري متعددة القنوات، والمنصات المغلقة، وتشوه الإسناد، وتزايد قيود الخصوصية، جعلت السردية البسيطة من النقرة إلى التحويل غير موثوقة. يحتاج 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، ستتناول منظومة تحليلات التسويق: استراتيجية القياس، ونمذجة 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 منطق نمذجة المزيج التسويقي على مستوى القيادة العليا.
- قراءة مخرجات الإسناد بعين نقدية وتجلب 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 بصرامة.
- الدفاع عن الإنفاق التسويقي أمام الإدارة المالية ومجلس الإدارة.
- توظيف الذكاء الاصطناعي وأدوات البيانات الحديثة في تحليلات التسويق.



كيف ستستفيد

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

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

لمن هذا البرنامج

طُعم 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 الأداء
- المديرون التجاريون الذين يقودون وظائف التسويق
- رؤساء إدارة علاقات العملاء والتسويق عبر دورة حياة العميل
- كبار المسوقين لدى العميل المسؤولين عن وكالات الأداء

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