JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة متقدمة في تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين

27 سبتمبر – 8 أكتوبر 2027

جنيف

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة متقدمة في تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين

المرجع: 95964_2527 **التاريخ:** 27 سبتمبر – 8 أكتوبر 2027 **المكان:** جنيف **الرسوم:** GBP 12500

تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين دورة تدريبية متقدمة مدتها أسبوعين لمحللي رؤى العملاء والمحللين الرقميين، يعد فيها المشاركون دليل الرؤى السلوكية الذي يفسر لماذا يتصرف المستخدمون وماذا سيفعلون لاحقا. فالتطبيقات والبوابات والخدمات المتصلة تسجل اليوم كل نقرة ولمسة، ومع ذلك ما زالت مؤسسات كثيرة تخمن نوايا مستخدميها. وتتناول جوبيتر برايم للتدريب تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين بوصفها جسرا بين تدفقات الأحداث الخام وقرارات المنتجات.

لماذا تهم تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين الآن

تشكل هذا المجال ثلاث قوى: فرق منتجات تطلق ميزات جديدة كل أسبوع وتحتاج أدلة سريعة، وتوقعات خصوصية تحد من المعرفات التي يمكن تتبعها، وتنفيذيون يطالبون القنوات الرقمية بإثبات مساهمتها. والمؤسسات التي تقرأ مسارات الأحداث جيدا تزيل العوائق مبكرا وتوجه عروض الاستبقاء بدقة وتوقف الميزات التي لا يستخدمها أحد. أما التي تقرؤها بشكل سيئ فتطارد أرقاما شكلية وتخطئ في فهم أسباب رحيل العملاء. وتستند الدورة إلى مسار تحليلي مرحلي من سؤال العمل حتى نشر الرؤية، مع تصميم تتبع يراعي الموافقة والتجارب المضبوطة.

المستفيدون من تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين

- محللون يفسرون نشاط النقرات والاستخدام داخل التطبيقات لمالكي المنتجات
- متخصصو رؤى يشرحون التحويل والتسرب لقادة التسويق
- مالكو خطط التتبع وقواعد تسمية الأحداث
- قادة التجارب الذين يصممون الاختبارات المضبوطة ويقرؤون نتائجها
- محللو القنوات الرقمية في التجزئة والخدمات البنكية والاتصالات والخدمات العامة

وتستفيد مجموعة المنتجات الرقمية أكثر حين يحضر محللوها ومالك خطة التتبع وقائد التجارب معا، فيتفقون على مفردات أحداث واحدة.

قدرات تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين

يحول المشاركون سجلات الأحداث الخام إلى تفسيرات لاختيارات المستخدمين وتوقعات لخطواتهم التالية.

- تصميم خطة تتبع بأسماء أحداث وخصائص متسقة — مالكو المنتجات
- بناء مسارات تحويل تحدد مواضع التسرب حسب الخطوة والشريحة — قادة النمو
- حساب منحنيات الاحتفاظ للدفعات ومراحل دورة الحياة — مديرو الاشتراكات
- تطبيق التجميع السلوكي لتحديد شخصيات الاستخدام — مخططو التسويق
- اختبار التغييرات بأحجام عينات سليمة ومقاييس حماية — قرارات الإطلاق
- تحديد مؤشرات التسرب والميل من تسلسلات الأحداث — ميزانيات الاستبقاء

مصطلحات تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين الأساسية

- الحدث — سجل مؤرخ بالوقت لفعل واحد من المستخدم، كلمسة أو بحث أو شراء، مع خصائص وصفية.
- خطة التتبع — القائمة المتفق عليها للأحداث والخصائص وقواعد التسمية التي يتبعها كل إصدار من المنتج.
- مسار التحويل — تسلسل مرتب من الخطوات يبين عدد المستخدمين الذين يكملون كل مرحلة نحو هدف.
- الاحتفاظ بالدفعات — نسبة مستخدمي فترة بداية واحدة الذين يعودون في الفترات اللاحقة.
- مقياس الحماية — مقياس يراقب أثناء التجربة لرصد أي ضرر خارج الهدف الرئيسي.
- مؤشر الميل — احتمال منمذج لقيام المستخدم بفعل محدد، كالترقية أو المغادرة.

تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين يوما بيوم

اليوم 1: مشهد الأدلة السلوكية

- جرد أسئلة المنتج — أي السلوكيات تهم الأعمال
- اختيار مقياس النتيجة الرئيسي — توحيد الفرق حول نتيجة واحدة
- مبادئ التتبع المراعي للموافقة — ما يجوز تسجيله
- مدخل إلى الاقتصاد السلوكي — التحيزات وراء الاختيارات الرقمية
- لوحة فرز طلبات الرؤى — ترتيب جهد المحللين

اليوم 2: تصميم خطة التتبع

- تصميم تصنيف الأحداث — تسمية الأفعال والخصائص باتساق
- قواعد ربط الهوية — وصل المستخدمين المجهولين بالمعروفين
- خيارات تعريف الجلسة — مهل الانتهاء والزيارات عبر الأجهزة
- ورقة مواصفات الترميز — التسليم للمطورين
- اختبارات التحقق من التتبع — رصد الأحداث الناقصة أو المكررة

اليوم 3: تشكيل جداول الأحداث

- بنى سجلات الأحداث — الجداول العريضة مقابل الطويلة
- التجميع على مستوى المستخدم — بناء مجموعات خصائص السلوك
- تصفية الروبوتات والحركة الداخلية — مجتمعات أساس نظيفة
- الأحداث المتأخرة وغير المرتبة — أعداد يومية موثوقة
- مراقب جودة الأحداث — التنبيه على شذوذ الأحجام

اليوم 4: مسارات التحويل والتنقل

- بناء مسار التحويل — ترتيب الخطوات والنوافذ الزمنية
- تقسيم مواضع التسرب — أثر الجهاز والقناة ومدة الاستخدام
- مخططات تدفق المسارات — طرق غير متوقعة إلى الأهداف
- رصد إشارات العوائق — النقرات الغاضبة والأخطاء المتكررة
- شبكة ترتيب إصلاحات المسار — الجهد مقابل التحويلات المستعادة

اليوم 5: الدفعات والاحتفاظ

- جداول دفعات الاستقطاب — مقارنة جودة فترات البداية
- أشكال منحنيات الاحتفاظ — الاستقرار مقابل تراجع الاستخدام
- نموذج مراحل دورة الحياة — جديد ونشط وخامل وعائد
- نسب الالتصاق — التفاعل اليومي مقابل الشهري
- تتبع تبني الميزات — أي الإصدارات تكسب استخداما متكررا

اليوم 6: التقسيم السلوكي

- درجات الحداثة والتكرار والعمق — ترتيب قيمة المستخدم
- التجميع السلوكي — شخصيات الاستخدام من خصائص الأحداث
- فحوص ثبات الشرائح — شخصيات تصمد مع الوقت
- بطاقات ملامح الشخصيات — إحاطة فرق التسويق والتصميم
- قواعد الاستهداف حسب الشريحة — الرسائل والعروض

اليوم 7: تصميم التجارب

- تحديد الفرضية والمقاييس — المقاييس الرئيسية ومقاييس الحماية
- حساب حجم العينة وقوة الاختبار — قرارات مدة الاختبار
- اختيار وحدة التوزيع العشوائي — المستخدم أو الجلسة أو الحساب
- مخاطر الاطلاع المتتابع — متى يمكن قراءة النتائج
- نموذج تقرير نتائج التجربة — الإطلاق أو التعديل أو الإيقاف

اليوم 8: التنبؤ بأفعال المستخدمين

- خصائص تسلسل الأحداث — إشارات تسبق التسرب أو الترقية
- نمذجة ميل التسرب — ترتيب المستخدمين المعرضين للخطر
- نمذجة الأثر الإضافي — من يستجيب للتدخل
- فحوص معايرة المؤشرات وانحرافها — تنبؤات جديرة بالثقة
- قواعد الإجراء التالي المناسب — تحفيز التفاعل في وقته

اليوم 9: إيصال الرؤى السلوكية

- لوحة سرد الرؤية — الملاحظة والسبب والإجراء
- تصميم لوحة صحة المنتج — إيقاع المراجعة الأسبوعية
- انضباط الادعاءات السببية — الارتباط مقابل الأثر المختبر
- التدرب على عرض النتائج — المنتج والتسويق والمالية
- تسليم قائمة الرؤى المتراكمة — المالكون ومواعيد المتابعة

اليوم 10: ممارسة إعداد دليل الرؤى السلوكية

- تدقيق خطة التتبع لمنتج قائم — الفجوات الواجب إصلاحها
- دمج نتائج المسارات والدفعات — نقاط العوائق ذات الأولوية
- تطبيق نتائج الشرائح والميل — خطوات استبقاء موجهة
- صياغة خارطة التجارب — اختبارات الربع القادم
- إكمال دليل الرؤى السلوكية — توصيات لقيادة المنتجات

تطبيق تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين بعد الدورة

- تدقيق خطة التتبع لرحلة رقمية واحدة، وإلغاء الأحداث غير المستخدمة، وحل تعارضات التسمية مع المطورين.
- إجراء اختبار مضبوط واحد على أكبر موضع تسرب في المسار، بحجم عينة محسوب ومقياس حماية متفق عليه مسبقا.

أسئلة حول تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين

ما تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين ولماذا تهم الآن؟

تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين تفسر اختيارات المستخدمين من الأفعال المسجلة بالوقت في التطبيقات والمواقع. وتهم الآن لأن المنتجات تتغير أسبوعيا وتحتاج الفرق أدلة سريعة وموثوقة عما يفعله المستخدمون فعلا.

من يستفيد أكثر من تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين؟

يستفيد المحللون الرقميون ومتخصصو رؤى العملاء ومالكو خطط التتبع وقادة التجارب أكثر من غيرهم. فكل منهم يحول مسارات الأحداث إلى قرارات في المنتج أو التسويق أو الاستبقاء.

بم تختلف تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين عن دورة في رسم رحلة العميل؟

تعمل تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين على سجلات الأحداث المسجلة لا على المقابلات وجلسات رسم الرحلة. فدورة رسم الرحلة تدرس الانطباعات، أما هذه فتقيس المسارات والدفعات والتجارب ومؤشرات الميل.

ماذا تعود به من تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين؟

تعود بمجموعة منظمة من النتائج والخطوات التالية. وتغطي فجوات التتبع ونقاط العوائق ذات الأولوية والشرائح السلوكية وقواعد الميل وخارطة اختبارات لمنتجك.

تحليلات سلوك المستخدمين الرقميين: الطريق إلى الأمام

يوجه دليل الرؤى السلوكية أولا اختيار نقطة العائق التي يصلحها فريق المنتج بعد ذلك. ويستخدمه مالكو المنتجات ومسوقو النمو والمحللون للاتفاق على الاختبارات وخطوات الاستبقاء بناء على أدلة مشتركة. وبعد أول استخدام له تستحق خطة التتبع وحدود الموافقة إعادة النظر، لأن الميزات الجديدة وتوقعات الخصوصية تغير ما يمكن قياسه ومدى الثقة بكل نتيجة.