

تقنيات تحليلات بيانات التسويق

إعداد د. محسن مرشد

MKT213

المحاضرة الخامسة



• تناولنا في المحاضرة السابقة :



- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs
- تكلفة اكتساب العملاء.
- قيمة عمر العميل.
- العائد على الاستثمار.
- نسبة النقر إلى الظهور.
- العائد على الإنفاق الإعلاني .
- معدل فتح البريد الإلكتروني .
- رضا العملاء.
- الخلاصة.



1. تحليلات تحسين محركات البحث (SEO)
2. استخراج البيانات.
3. تحليلات الويب.
4. التحليلات التنبؤية.
5. تحليل البيانات النصية .
6. الاستماع الاجتماعي.
7. الخلاصة.

المحاضرة
الخامسة



تحليلات تحسين محركات البحث
(SEO)

1. تحليلات تحسين محركات البحث :

تحسين محركات البحث (SEO) هو مجموعة من الاستراتيجيات والتقنيات التي تهدف إلى زيادة ظهور موقع ويب في نتائج محركات البحث مثل جوجل. تحليلات تحسين محركات البحث هي عملية جمع وتفسير البيانات من أنشطة محرك البحث لتحسين رؤية موقع الويب وأدائه. الهدف منها هو تحديد:

- ✓ فرص جديدة لترتيب الكلمات الرئيسية ذات حجم البحث المرتفعة.
- ✓ ما إذا كانت سرعة تحميل الصفحة تؤثر سلبًا على معدل الارتداد وتجربة المستخدم.
- ✓ تحديد مصادر الزيارات التي تدفع معظم التحويلات العضوية.

1.1 تحليلات تحسين محركات البحث :

النوع	الوصف
الكلمات المفتاحية	تحليل الكلمات والعبارات التي يستخدمها الزوار للعثور على موقع
حركة المرور	تتبع عدد الزوار القادمين من محركات البحث وأي صفحات تحظى بأكبر عدد من الزيارات.
معدل الارتداد	نسبة الزوار الذين يغادرون الموقع بعد مشاهدة صفحة واحدة فقط، مما قد يدل على جودة المحتوى.
تصنيفات البحث	تحليل كيفية ظهور موقعك في نتائج البحث بالنسبة لكلمات مفتاحية معينة

1.2 تحليلات تحسين محركات البحث :

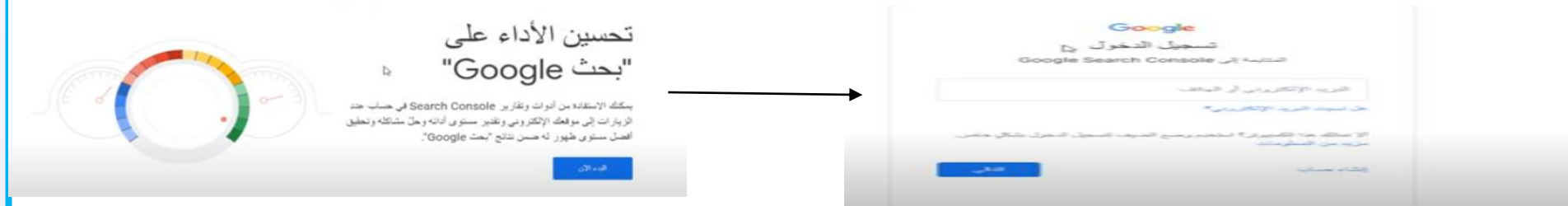
التحليل	مثال عملي
الكلمات المفتاحية	إذا كنت تمتلك موقعًا لبيع الملابس، يمكنك استخدام أدوات مثل Google Search Console لرؤية الكلمات المفتاحية التي تؤدي إلى ظهور موقعك في نتائج البحث، مثل "فستان صيفي" أو "سراويل جينز".
حركة المرور	، يمكنك معرفة عدد الزوار الذين وصلوا إلى موقعك من Google Analytics باستخدام محركات البحث خلال شهر معين. إذا لاحظت زيادة في الحركة بعد نشر مقال جديد، فهذا يدل على أن المحتوى كان مفيدًا.
معدل الارتداد	إذا كان لديك معدل ارتداد مرتفع لصفحة معينة، مثل صفحة المنتج، فقد تحتاج إلى تحسين محتوى الصفحة أو تحسين تجربة المستخدم، مثل إضافة صور أو معلومات أكثر تفصيلاً.
تصنيفات البحث	يمكن استخدام أدوات مثل SEMrush أو Ahrefs لمراقبة كيف تتغير تصنيفات موقعك على كلمات مفتاحية معينة. إذا لاحظت أن تصنيفك انخفض لكلمة معينة، قد تحتاج إلى مراجعة استراتيجية السيو الخاصة بك.

SEO

1.3 تحليل الكلمات المفتاحية باستخدام Google Search Console

الخطوات العملية:

1. تسجيل الدخول إلى Google Search Console : <https://search.google.com/search-console/about>



2. التحقق من ملكيتك للنطاق/الدومين وإضافته إلى GSC

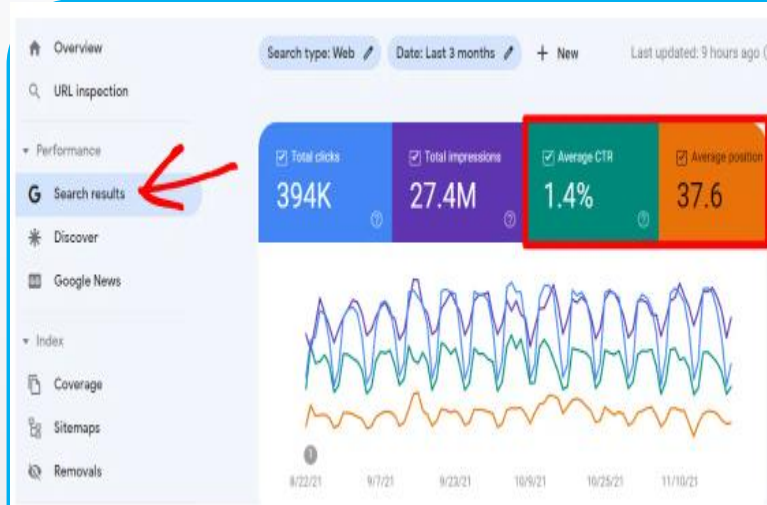
سوف نضع رابط URL للموقع الخاص بك في جهة اليمين من ثم إثبات ملكية الموقع ومتابعة الخطوات



3 الذهاب إلى قسم "الأداء":

بعد تسجيل الدخول، انتقل إلى قسم "الأداء" في القائمة الجانبية.





QUERIES	PAGES	COUNTRIES	DEVICES	SEARCH APPEARANCE	DATES
					
Top queries	↓ Clicks	Impressions	CTR	Position	
a query here	197	2,404	8.2%	3	
another query	192	2,486	7.7%	1.9	
another keyword you're ranking for	175	1,813	9.7%	1.9	

1.3.1 تحليل الكلمات المفتاحية

3. تحليل البيانات:

- ستري مخططًا يوضح عدد النقرات والانطباعات ومتوسط موضع موقعك في نتائج البحث. يمكنك تصفية البيانات حسب الكلمات المفتاحية.
- البحث عن الكلمات المفتاحية ذات الأداء الجيد >
- ابحث عن الكلمات المفتاحية التي تحقق عددًا جيدًا من النقرات ولكنها ليست في أعلى ترتيب.

تحسين المحتوى:

- انظر إلى الصفحة التي ترتبط بهذه الكلمة. هل يمكن تحسين المحتوى؟ يمكنك إضافة المزيد من المعلومات، أو تحسين العنوان، أو إضافة صور أفضل.



1.4 تحليل حركة المرور باستخدام Google Analytics:

الخطوات العملية:

- ✓ تسجيل الدخول : طريقتان للوصول إلى "إحصاءات Google": إما عبر حساب مستقل على العنوان <http://www.google.com/analytics> أو
- ✓ عبر حسابك المرتبط في "إعلانات Google"
- ✓ افتح حسابك في Google Analytics واذهب إلى لوحة التحكم.
- ✓ اكتب اسم موقعك وحدد المنطقة الزمنية وانقر على التالي.
- ✓ ادخل معلومات موقعك الإلكتروني، بتحديد الفئة وحجم النشاط وسبب استخدام تحليلات جوجل >
- ✓ ثم وافق على اتفاقية بنود خدمة احصائيات جوجل، ولوائح البيانات (GDPR).

مرحباً بك في "إحصاءات Google"

لنتمكن "إحصاءات Google" الأداة المجانية التي تحتاج إليها لتحليل بيانات نشاطك التجاري في مكان واحد، حتى تتمكن من اتخاذ قرارات أكثر ذكاءً.



معلومات كاملة

يمكنك التعرف على مستخدمي موقعك الإلكتروني وتطبيقك لتتعلق بشئ أفضل من مستوى أداء التسويق والمحتوى والخدمات وغير ذلك.

الحصول على إحصاءات لا يمكن أن تقدمها سوى

Google

يمكنك الوصول إلى الإحصاءات الفريدة وإمكانيات تعلم الآلة من Google لتطبيق

© 2020 Google | سياسة "إحصاءات Google" الخاصة | نريد المساعدة | سياسة الخصوصية | شروط الخدمة



1.4 تحليل حركة المرور باستخدام Google Analytics:

مراقبة حركة المرور:

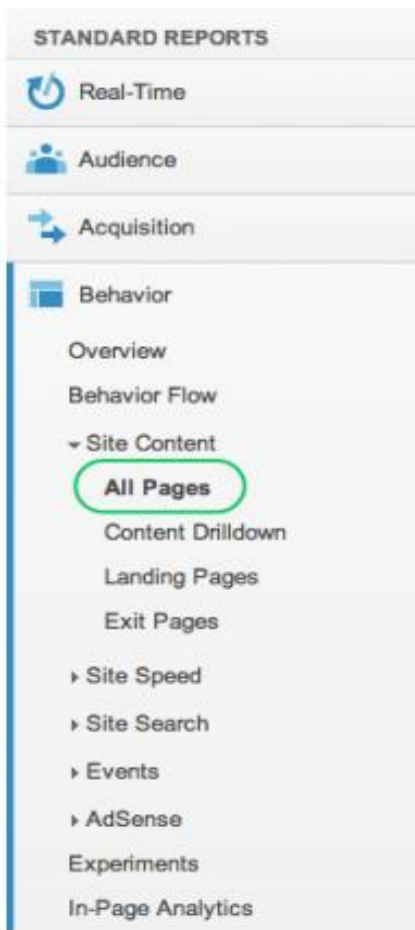
انتقل إلى قسم "السلوك" ثم "المحتوى" واختر "جميع الصفحات". هنا ستري قائمة بجميع الصفحات الموجودة في موقعك.

تحليل البيانات:

قم بترتيب الصفحات حسب عدد الزيارات. لنفترض أنك لاحظت أن صفحة معينة مثل "أفضل 10 نصائح للموضة" حصلت على 500 زيارة خلال الشهر الماضي.

تقييم معدل الارتداد:

تحقق من معدل الارتداد لهذه الصفحة. إذا كان مرتفعًا، مثل 70% أو أكثر، فهذا يعني أن الكثير من الزوار يغادرون الصفحة دون التفاعل.



1.4.1 تحليل حركة المرور باستخدام Google Analytics:

مراقبة النتائج:

بعد إجراء التحسينات، راقب حركة المرور على الصفحة خلال الأسابيع القادمة. هل زادت الزيارات؟ هل انخفض معدل الارتداد؟

النتيجة:

من خلال تحليل حركة المرور، يمكنك تحديد الصفحات التي تحتاج إلى تحسين وزيادة تفاعل الزوار معها، مما يؤدي إلى تحسين تجربة المستخدم وزيادة الزيارات إلى موقعك.

تحسين المحتوى:

- إذا كان معدل الارتداد مرتفعًا، يمكنك تحسين المحتوى عن طريق:
- إضافة المزيد من المعلومات القيمة.
- تضمين صور أو فيديوهات لجذب انتباه الزوار.
- إضافة روابط داخلية إلى صفحات أخرى على موقعك لزيادة التفاعل.



المحاضرة
الخامسة



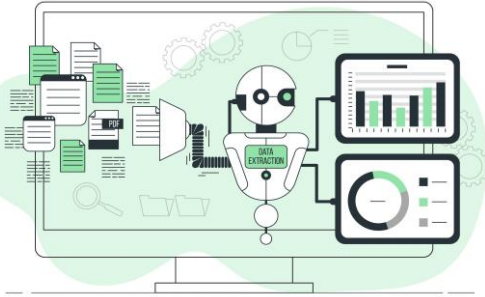
استخراج البيانات



2. استخراج البيانات:

استخراج البيانات يعني جمع وتحليل المعلومات من مصادر مختلفة (عادة غير مهيكلة أو سيئة التنظيم) لتحويلها إلى شكل يمكن فهمه واستخدامه لمزيد من التحليل أو إعداد التقارير أو التخزين.

في سياق تحليل البيانات، يشير هذا المصطلح إلى عملية جمع البيانات ذات الصلة من أنظمة أو أدوات مثل Google Analytics أو قواعد البيانات ، وجداول البيانات، ومواقع الويب أو حتى مصادر خارجية. قد تكون هذه المصادر منظمة (منظمة في جداول أو سجلات) أو غير منظمة (بيانات نصية أو غير جدولية).



2.1 أهمية استخراج البيانات:

- ✓ إحدى المشكلات المهمة التي يحلها استخراج البيانات هي أنه يحسن إمكانية الوصول إلى البيانات.
- ✓ **استخراج البيانات** يساعد على اكتشاف الأنماط أو الاتجاهات أو الأفكار أو المعرفة القيمة من مجموعة البيانات.
- ✓ **بناءً على البيانات المستخرجة**، يمكنك اتخاذ قرارات مدروسة لتحسين استراتيجية التسويق أو المحتوى.
- ✓ **يمكن استخدام البيانات المستخرجة** لإنشاء تقارير توضح النتائج وتحليل الأداء.
- ✓ باختصار، استخراج البيانات هو خطوة أساسية لتحويل البيانات الخام إلى معلومات قابلة للاستخدام تساعد في اتخاذ القرارات وتحسين الأداء.

2.2 استخراج البيانات مقابل بيانات التعدين او التنقيب

المقارنة	تنقيب البيانات	استخراج البيانات
الهدف	ينصب التركيز في استخراج البيانات على استخلاص معلومات قابلة للتنفيذ من البيانات.	يهدف استخراج البيانات إلى جمع البيانات وتنقيتها وتحويلها إلى تنسيق متسق ومنظم.
التقنيات	يستخدم تقنيات وخوارزميات مختلفة، بما في ذلك التجميع والتصنيف والانحدار واستخراج قواعد الارتباط والكشف عن الشذوذ.	تشمل الأدوات والأساليب المستخدمة بشكل شائع لاستخراج البيانات تجريف الويب وتحليل المستندات واستخراج النص واستخراج البيانات المستندة إلى واجهة برمجة التطبيقات.
الناتج	مخرجات استخراج البيانات عبارة عن رؤى أو أنماط قابلة للتنفيذ يمكنك استخدامها لاتخاذ قرارات مستنيرة أو بناء نماذج تنبؤية.	مخرجات استخراج البيانات عبارة عن مجموعة بيانات منظمة جاهزة للتحليل. قد تنطوي تطهير البيانات لإزالة التناقضات أو القيم المفقودة أو الأخطاء.
الوقت	يتم إجراء التنقيب عن البيانات بعد استخراج البيانات وتنظيفها وتحويلها والتحقق من صحتها.	عادةً ما يكون استخراج البيانات خطوة أولية في التحليل، ويتم إجراؤها قبل أي دراسة أو نمذجة متعمقة.



2.3 مثالاً عملياً على كيفية استخدام MySQL :

كيفية استخراج البيانات:

الاستعلامات: استخدام استعلامات (SQL (Structured Query Language)

لجمع البيانات من قواعد البيانات : استعلام **SELECT** استعلام **INSERT**

استعلام **UPDATE**.

أدوات التحليل: استخدام أدوات مثل Google Analytics أو Power BI لجمع البيانات وتحليلها.

التصدير: استخراج البيانات إلى تنسيقات مثل CSV أو Excel لتسهيل تحليلها.



2.4 ادوات استخراج البيانات:

الوصف	الاداة
أداة رسمية من MySQL لإدارة قواعد البيانات.	MySQL Workbench https://www.mysql.com/products/workbench/
أداة مجانية ومفتوحة المصدر تدعم عدة قواعد بيانات.	Dbeaver https://dbeaver.io/download/
أداة مفتوحة المصدر لتكامل البيانات.	Talend Open Studio https://www.talend.com/products/talend-open-studio/
برنامج تجاري قوي لإدارة قواعد البيانات.	Apache NiFi https://nifi.apache.org/download/
أداة مفتوحة المصدر لتحليل البيانات وتكاملها.	Kettl https://nifi.apache.org/download/
أداة إدارة قواعد بيانات MySQL تعتمد على Windows.	SQLyog https://sqlyog.en.softonic.com/
برنامج تجاري	Navicat for MySQL https://www.navicat.com/en/download/navicat-for-mysql

MySQL Workbench 8.0.40

Select Operating System:

Microsoft Windows

Recommended Download:

MySQL Installer
for Windows

All MySQL Products. For All Windows Platforms.
In One Package.



Starting with MySQL 5.6 the MySQL Installer package replaces the standalone MSI packages.

2.4 مثالاً عملياً على كيفية استخدام MySQL :

قم بتنزيل MySQL:

اذهب إلى [الموقع الرسمي لـ MySQL](https://dev.mysql.com/downloads/mysql/)

<https://dev.mysql.com/downloads/mysql/>

1. الاتصال بقاعدة البيانات

2. إنشاء قاعدة بيانات جديدة

3. إنشاء جدول

4. إدخال البيانات

5. استعلام البيانات

6. تحديث البيانات

7. حذف البيانات

مرفق في هذا المقال خطوات الاستخدام : <https://learn.microsoft.com/ar-sa/azure/mariadb/connect-workbench>

[sa/azure/mariadb/connect-workbench](https://learn.microsoft.com/ar-sa/azure/mariadb/connect-workbench)

المحاضرة
الخامسة



تحليلات الويب Google Analytics

3. تحليلات الويب Google Analytics

تحليل الويب يشير إلى عملية جمع بيانات موقع الويب ثم معالجتها وإعداد التقارير عنها وتحليلها لإنشاء استراتيجية عبر الإنترنت لتحسين تجربة موقع الويب.

هذه العملية أيضا تتضمن جمع وتحليل البيانات المتعلقة بزار وسلك المستخدمين على موقع الويب.

الهدف : يهدف تحليل موقع الويب إلى فهم كيفية استخدام الناس للموقع وقياس أداء الموقع وتحسينه بناءً على البيانات المستخلصة. إن تحليلات الويب مفيدة لفهم القنوات التي تجلب المستخدمين إلى موقع الويب الخاص بك.

3.1 أهمية تحليلات الويب

تحليل الويب مهم لمساعدتك على:



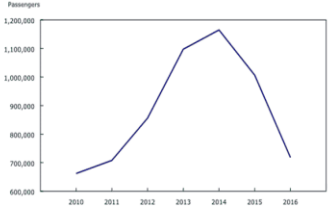
- تحسين كلمات البحث والكلمات الرئيسية.
- فهم زوار موقع الويب الخاص بك.
- تحليل تحويلات الموقع الإلكتروني.
- مراقبة أداء المنافسين.
- تعزيز ترتيب محرك البحث الخاص بك.
- تحسين تجربة المستخدم.
- رصد تأثير العمليات التسويقية.
- تعزيز المبيعات عبر الإنترنت.

3.2 أهمية تحليلات الويب (بعض القياسات الشائعة):

المؤشر	القياس
عدد الزيارات	عدد المرات التي تم فيها زيارة الموقع.
عدد الزوار الفريدين (Unique Visitors)	عدد الأشخاص الفريدين الذين زاروا الموقع خلال فترة زمنية محددة، يتم تحديد الزائر الفريد بناءً على معلومات مثل عنوان IP أو معرف مستخدم (UserID) * عنوان (Internet Protocol Address) هو رقم فريد يُستخدم لتحديد جهاز على شبكة الإنترنت أو شبكة محلية.
عدد الصفحات المشاهدة (Pageviews):)	عدد الصفحات التي تمت مشاهدتها على الموقع، حيث يتم تتبعها لقياس مدى استكشاف المستخدمين للمحتوى.
معدل التحويل ((Conversion Rate)	نسبة المستخدمين الذين قاموا بإجراء إجراء معين مثل الشراء أو التسجيل في الموقع، مقارنةً بإجمالي عدد الزيارات.
الكلمات الرئيسية (Keywords):)	الكلمات الرئيسية التي استخدمها الزوار في محركات البحث للوصول إلى الموقع، يمكن استخدام هذه المعلومات لتحسين استراتيجيات الكلمات الرئيسية وتحسين الظهور في محركات البحث لموقعك.
رصد تأثير العمليات التسويقية	يمكن استخدام تحليل الويب لقياس تأثير حملات التسويق الرقمي على زيارات الموقع ومعدلات التحويل.
فهم سلوك المستخدمين	يساعد تحليل الويب في فهم كيفية تفاعل المستخدمين مع المحتوى على الموقع والصفحات التي يزورونها بشكل أكثر تفصيلاً.

3.3 فهم زوار موقع الويب الخاص بك من خلال Google Analytics

- Google Analytics أداة مجانية توفر معلومات تفصيلية حول عدد الزوار، الصفحات التي يزورونها، متوسط مدة البقاء، ونسب الارتداد. التعرف على الدول التي يستخدم الزوار فيها موقعك. كذلك يساعدك تعقب البيانات في Google Analytics نوع الجهاز والمتصفح الذي يستخدمه الزائر وتفضيلاتهم واهتماماتهم.
- Hotjar يقدم خرائط حرارة وتسجيلات لجلسات الزوار، مما يساعدك على فهم كيفية تفاعل المستخدمين مع الموقع.



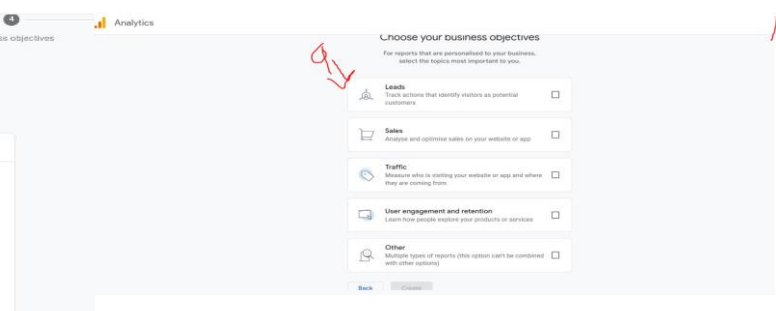
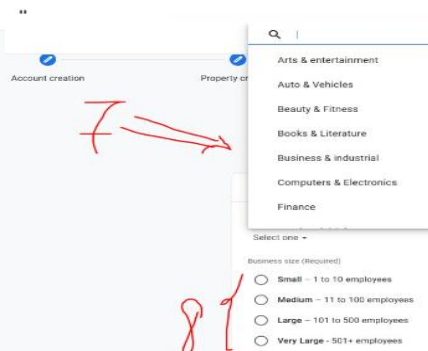
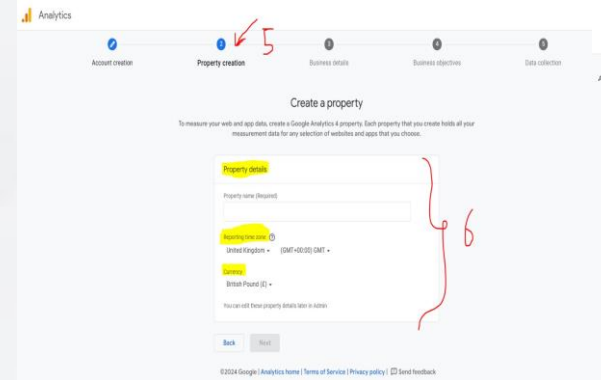
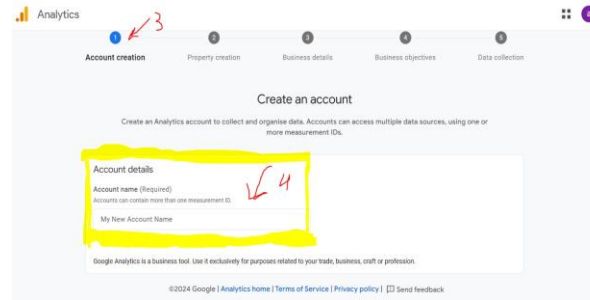
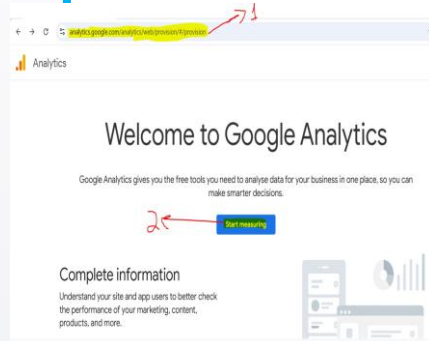
3.4 مثال عملي زوار موقع الويب الخاص بك :

الحالة: متجر إلكتروني

1. تسجيل Google Analytics

<https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision>

قم بتسجيل حساب في Google Analytics وأضف كود التتبع إلى موقعك. هذا سيمكنك من جمع بيانات عن «الموقع».



3.5 استخدام تحليل خرائط الحرارة - Hotjar:

✓ خرائط الحرارة: تحليل خرائط الحرارة يظهر أن الزوار يضغطون كثيرًا على الصور لكنهم لا يتفاعلون مع زر "شراء الآن". هذا يشير إلى أن زر الشراء قد يكون غير بارز.



✓ تسجيلات الجلسات: يمكنك مشاهدة كيفية تنقل الزوار في الموقع.

✓ ربما تلاحظ أنهم يتجاهلون قسم الشحن المجاني، مما يعني أنه يجب أن يكون أكثر وضوحًا.

Create your Hotjar account



Or, sign up with email

Full name

e.g. Mary Jackson

Email address

1



Tailor-made just for you!

Organization name *

Hsoub

Organization size *

101 - 250 employees

2

Choose an installation method

Recommended
Install Hotjar with Wordpress

We detected Wordpress on your site, so you can set up Hotjar within a few minutes with our official Wordpress integration.

3

4

The fast & visual way
to understand your users



https://[domain].net 14 trial days left - subscribe now

Workspace #1 - Heatmaps



Jump to...

+ New heatmap

When you pin pages, they will
appear here

5

3.5 كيفية استخدام Hotjar لإضافة ميزة الخرائط الحرارية لموقعك

- ✓ قم بتثبيت Hotjar. ومن ثم ندخل بيانات الشركة. حال الانتهاء مما سبق سوف تتعرف منصة Hotjar على موقعك.
- ✓ الخطوة الثانية: احصل على معرف Hotjar الخاص بك وأضفه إلى ووردبريس
- ✓ الخطوة الثالثة: الوصول للخرائط الحرارية الخاصة بموقعك

3.6 تحليل المنافسين:

❖ هو عملية البحث والتحليل لتحديد منافسيك الحاليين والمرقبين وتقييم استراتيجياتهم لمعرفة نقاط القوة والضعف لديهم مقارنة بمنتجك أو خدمتك. يمكن استخدام تحليل مواقع الويب لمراقبة أداء مواقع المنافسين ومقارنتها بأداء موقعك.

الادوات	الوصف
SEMrush https://www.semrush.com/	لتحليل الكلمات المفتاحية التي يستهدفها المنافسون
Alexa https://www.alexa.com/	لتحليل حركة المرور وتفاصيل الزوار.
BuiltWith https://builtwith.com/	لمعرفة التقنية التي يستخدمها منافسيك في بناء مواقعهم من ناحية برمجية.
Google Alerts https://www.google.com/alerts	يرسل لك بريد إلكتروني كلما ظهرت نتائج جديدة حول العلامة التجارية في Google.

3.7 مثال عملي كيف تصل إلى منافسيك في السوق؟

كيف تصل إلى منافسيك في السوق؟

1. استخدم موقع google ads – semrush
2. <https://www.semrush.com/> الرابط وأنشئ حسابًا. هناك خيارات مجانية ومدفوعة.
3. أدخل الدومين: أدخل عنوان موقعك في شريط البحث
4. إدخال دومين المنافس: أدخل عنوان موقع منافس
5. قم بكتابة الكلمات المفتاحية التي تستهدفها (مثلا "ملابس نسائية-رجالية -اطفال" أو "أزياء رخيصة".
6. ستظهر لك قائمة بالكلمات المشابهة، قم بنسخها
7. ابدأ بالبحث عن تلك الكلمات في محركات البحث مثل جوجل
8. جهز قائمة بأول 10 نتائج منافسين ستظهر لك، غالبًا هؤلاء هم المنافسين المباشرين لك.
9. يمكنك إنشاء تقارير مخصصة تلخص جميع البيانات التي جمعتها لتحليل الأداء وتقديم اقتراحات للتحسين.

تطبيق عملي

practical application

المحاضرة
الخامسة



التحليلات التنبؤية



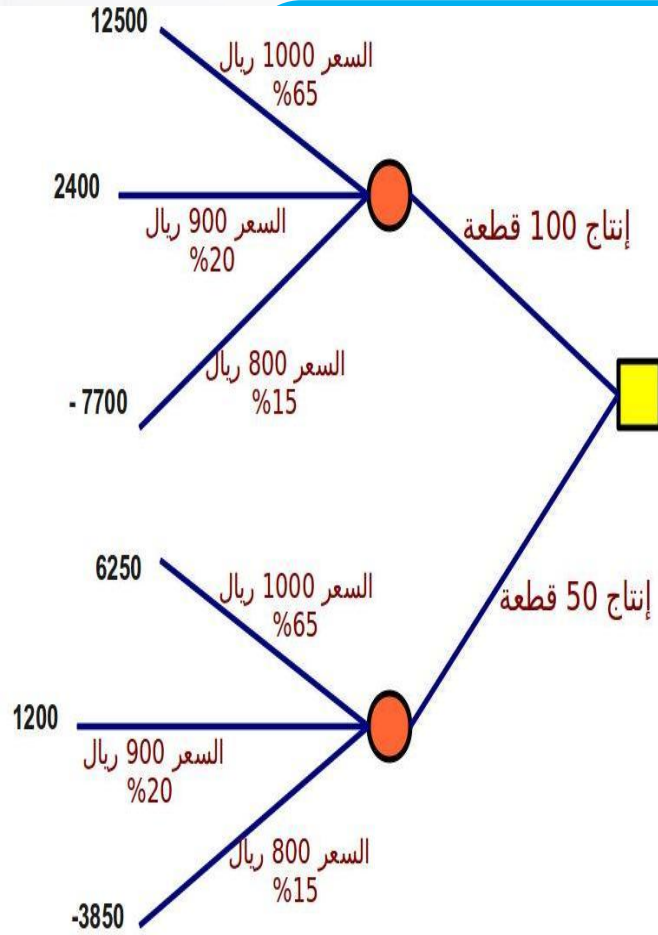
4 . التحليلات التنبؤية :

تستخدم التحليلات التنبؤية البيانات التاريخية لتحديد الأنماط والتوجهات، مما يساعد في توقع النتائج المستقبلية.
التحليلات التنبؤية هي دراسة البيانات السابقة والبيانات الحالية لوضع توقعات مستقبلية.

يمكن تطبيقها في مجالات متعددة، مثل:

- **التسويق:** توقع سلوك العملاء واتجاهات الشراء والمبيعات .
- **المالية:** تقدير الإيرادات والنفقات المستقبلية.
- **الصناعة:** توقع أعطال المعدات أو احتياجات الصيانة.
- **الرعاية الصحية:** مراقبة المرضى للكشف .
- **التصنيع:** مراقبة معدات خط الإنتاج من أجل تحسين معدل النقل والكشف.





4.1 الخطوات الرئيسية لعملية تحليل التنبؤات:

- **جمع البيانات:** تبدأ العملية بجمع بيانات تاريخية دقيقة وموثوقة.
- تنظيف البيانات: يتم تنظيف البيانات للتأكد من عدم وجود أخطاء أو بيانات مفقودة.
- **اختيار النموذج:** يتم استخدام تقنيات مثل الانحدار الخطي، الشبكات العصبية، أو أشجار القرار لبناء النموذج.
- **التدريب:** يتم تدريب النموذج باستخدام البيانات التاريخية.
- **التنبؤ:** بعد التدريب، يستخدم النموذج لتوقع النتائج المستقبل.

4.2 أدوات التحليلات التنبؤية:

الاداه	الوصف
Python و R https://www.python.org/	لغات برمجة شائعة للتحليل البياني
Microsoft Azure Machine Learning https://azure.microsoft.com/en-us/products/machine-learning	تقنية سحابية توفر أدوات تعلم الآلة
Power BI و Tableau	أدوات تساعد في تصور البيانات ونتائج التنبؤ.



Power BI Desktop

أنشئ تقارير تفاعلية ثرية مع توافر التحليلات المرئية في متناول يدك مجاناً.

خيارات التنزيل المتقدمة

4.4 مثال عملي للتنبؤ باستخدام استخدام Power BI لإجراء تحليل تنبؤي بناءً على بيانات مبيعات بسيطة :

<https://www.microsoft.com/en-us/power-platform/products/power-bi/desktop>

الخطوة 1: تثبت استيراد البيانات

حدد الملف الذي يحتوي على بيانات المبيعات

الخطوة 2: تنظيف البيانات

استخدم "Power Query" لتنظيف البيانات

الخطوة 3: إعداد نموذج البيانات

الخطوة 4: إنشاء المخططات

اسحب حقل "الشهر" إلى المحور الأفقي (Axis) وحقل

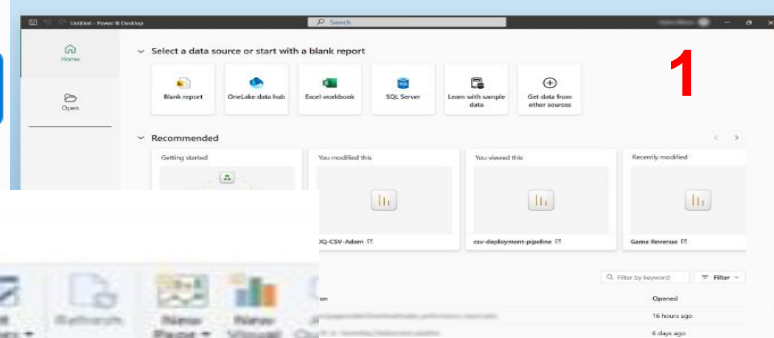
"المبيعات" إلى المحور العمودي

الخطوة 5: إجراء التنبؤات

الخطوة 6: تصور النتائج

الخطوة 7: تخصيص التقرير

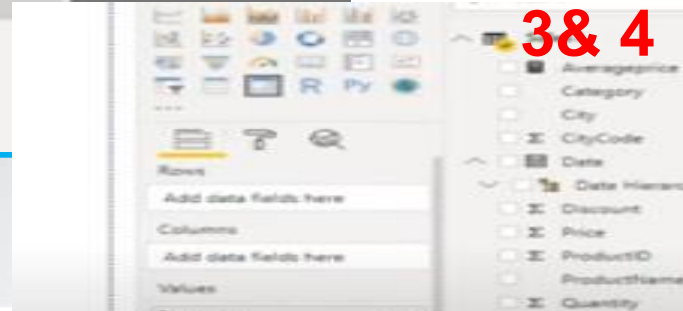
الخطوة 8: نشر التقرير



2



3 & 4



المحاضرة
الخامسة



تحليل البيانات النصية Text Analysis

Field
Text1

Select a text from the filters to the right. The most commonly used words will appear in the word cloud. Note: Click the gear icon to change options such as the minimum number of occurrences required for a word to appear.



- ❑ تُستخدم التقنيات لفهم وتحليل البيانات النصية المكتوبة، مثل المدونات والتعليقات ووصف المنتجات. يمكن استخدام تقنيات مثل التحليل اللغوي والتصنيف النصي لاستخلاص المعلومات الهامة وتحليل ردود فعل العملاء بفعالية.
- ❑ تستخدم الشركات هذه التقنيات لتحسين المنتجات والخدمات بناءً على ملاحظات العملاء.
- ❑ ويمكن استخدام هذه التحليلات لتحليل معدلات الرضا لدى العملاء والتفاعلات مع العملاء وتحليل الردود على الاستطلاعات وتحديد المشاكل والتحسينات المحتملة.

5. تقنيات تحليل البيانات النصية

1. التحليل اللغوي	يستخدم المدونون وأصحاب المحتوى تحليل النصوص لفهم موضوعات النقاش الأكثر شعبية من خلال تحليل التعليقات والمشاركات. يمكن استخدام هذه المعلومات لتوجيه المحتوى المستقبلي
2. التصنيف النصي	تقوم شركات مثل Zendesk بتطبيق تقنيات التصنيف النصي لفصل استفسارات العملاء إلى فئات مثل "الدعم الفني" أو "المبيعات"، مما يسهل توجيه الطلبات إلى الأقسام المناسبة
3. تحليل المشاعر	تستخدم الشركات مثل Amazon تحليل المشاعر لفحص تقييمات المنتجات. من خلال تحليل النصوص، يمكن تحديد ما إذا كانت التعليقات إيجابية أو سلبية، مما يساعد في تحسين جودة المنتجات



5.3 مثال عملي لتحليل البيانات النصية استخدام وظيفة Text Analysis في Tableau

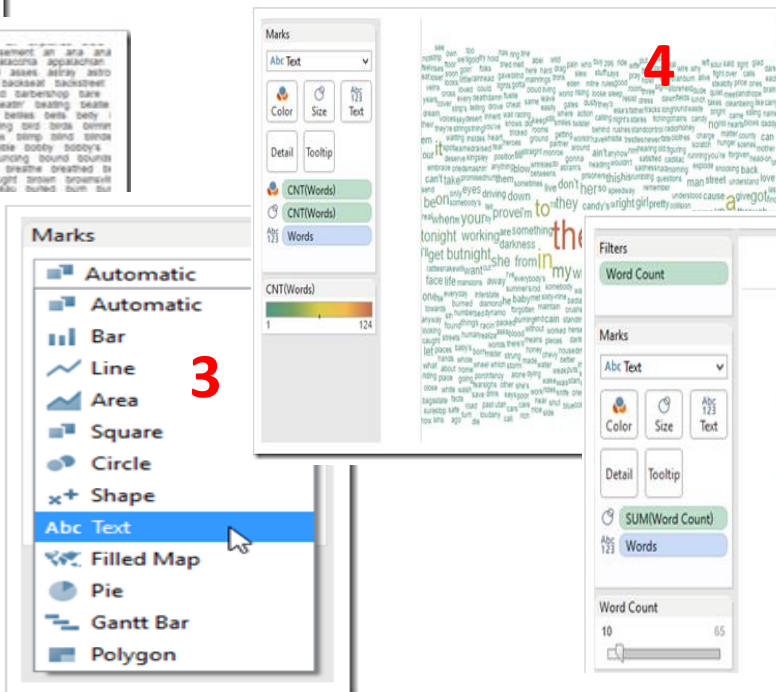
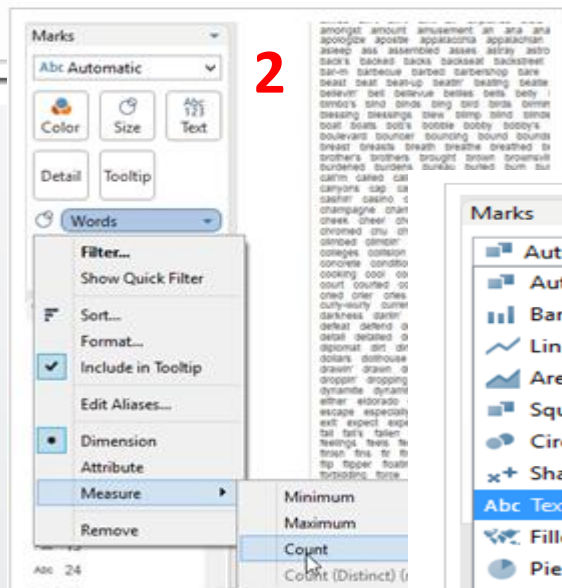
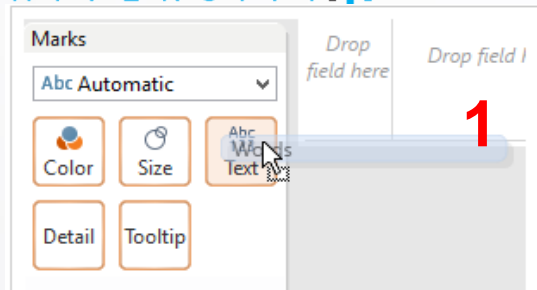
التعليق
المنتج رائع!
لم يعجبني التصميم.
خدمة العملاء كانت ممتازة.
السعر مرتفع قليلاً.
أحببت الجودة.
خدمة ما بعد البيع سيئة.

- ☐ تحليل تعليقات العملاء عن منتج.
- ☐ جمع البيانات

ملف Excel يحتوي على تعليقات العملاء عن منتج معين
اختر "Connect" واستورد ملف Excel الذي يحتوي على التعليقات
3. إنشاء ورقة عمل جديدة
4. إنشاء "Word Cloud"

<https://www.tableau.com/products/desktop/download>

5.3 مثال عملي تحليل البيانات النصية استخدام وظيفة Text Analysis في Tableau



	A	B
1	Rank	Words
2	1	the
3	2	be
4	3	to
5	4	of
6	5	and
7	6	a
8	7	in
9	8	that
10	9	have
11	10	i
12	11	it
13	12	for

	A	B
was	got	right
36	13	12
night	29	7
said	19	8
came	14	8
it's	13	8

let billy it's found too born boy left heat
are really don't light sure growin' man eyes corner
queen where is street ooh-ooh he's got down
through were night off came hit was
jane right blinded you're mary angel
flood downtown that's loose love they're said
feet feet downtown that's loose spirits saint stand rides
had did hard young never side lost hey late

المحاضرة
الخامسة



الاستماع الاجتماعي Social Listening



6. الاستماع الاجتماعي Social Listening

- ☐ هو عملية رصد المحادثات الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الويب، وهي تتجاوز مجرد فهم ما يقوله الناس عنك. تهدف هذه العملية أيضًا إلى معرفة ما يقوله المستخدمون عن منافسيك. من خلال تحليل هذه المحادثات، يمكنك:
 - ☐ تقييم الرأي العام: فهم كيف يُنظر إليك وإلى منافسيك في السوق.
 - ☐ اكتشاف الاتجاهات: معرفة المواضيع الشائعة التي تهم جمهورك.
 - ☐ تحسين الاستراتيجيات: تعديل استراتيجيات التسويق بناءً على الملاحظات والتعليقات.
- ☐ تحليل المشاعر: قياس المشاعر المرتبطة بعلامتك التجارية أو بمنافسين آخرين.
- ☐ تفاعل أفضل: تحسين التفاعل مع الجمهور من خلال فهم احتياجاتهم وتوقعاتهم.
- ☐ من خلال الاستماع الاجتماعي، يمكنك تعزيز الوعي بالعلامة التجارية، وتحسين جودة المنتجات والخدمات، وتطوير استراتيجيات تسويقية أكثر فعالية.

6.1 التقنيات المستخدمة في الاستماع الاجتماعي



الوصف	التقنية
تقنية لإدارة وسائل التواصل الاجتماعي تتيح لك تتبع المحادثات والاتجاهات المتعلقة بعلامتك التجارية ومنافسيك.	Hootsuite https://hootsuite.com/login
أداة تحليل بيانات اجتماعية توفر رؤى معمقة حول المحادثات عبر الإنترنت والمشاعر المرتبطة بها.	Brandwatch https://www.brandwatch.com/
تقدم أدوات لرصد التفاعلات وتحليل المشاعر وتحديد الاتجاهات.	Sprout Social https://sproutsocial.com/

6.2 التقنيات المستخدمة في الاستماع الاجتماعي

الوصف	التقنية
تستخدم تقنيات مثل Google Trends أو Twitter Trends لمراقبة الموضوعات الشائعة والاتجاهات المتعلقة بالصناعة أو المنافسة.	تحليل الاتجاهات
جمع البيانات من العملاء عبر استطلاعات الرأي لفهم وجهات نظرهم بشكل أفضل.	استطلاعات الرأي والاستبيانات
تتبع الهاشتاجات المتعلقة بعلامتك التجارية أو المنافسين لفهم المحادثات الجارية وتحديد الأنماط.	رصد الهاشتاجات



6.3 مثال عملي: شركة جديدة لمنتجات العناية بالبشرة

1. الهدف : تهدف الشركة الى فهم كيف ينظر العملاء إلى منتجاتها ومنتجات منافسيها وكذلك معرفة الاتجاهات الشائعة في السوق.:

2. اختيار الأدوات

تقرر الشركة استخدام أدوات مثل Hootsuite (<https://www.hootsuite.com/>) لرصد المحادثات على وسائل التواصل الاجتماعي.

3. جمع البيانات

تستخدم Hootsuite لمراقبة الهاشتاجات المتعلقة بمنتجاتها (#عناية_بالبشرة) ومنافسيها. تقوم بجمع البيانات من التغريدات، المنشورات، والتعليقات على الفيسبوك.

4. تحليل المشاعر

باستخدام Brandwatch (<https://www.brandwatch.com/>) ، تقوم الشركة بتحليل التعليقات لتحديد ما إذا كانت المشاعر تجاه منتجاتها إيجابية أو سلبية.



6.3.1 الاستماع الاجتماعي

5. تحديد الاتجاهات

تلاحظ الشركة أن هناك اهتمامًا متزايدًا بمنتجات العناية بالبشرة الطبيعية والعضوية. تستخدم Google Trends لتأكيد أن هذه الاتجاهات تنمو في السوق.

6. مراقبة المنافسين

تراقب التعليقات المتعلقة بمنافسين آخرين وتكتشف أنهم يحققون نجاحًا في المنتجات الطبيعية، مما يعزز أهمية هذا الاتجاه.

7. التفاعل مع العملاء

بناءً على البيانات، تقرر الشركة تعديل استراتيجيتها لتطوير خط جديد من المنتجات الطبيعية. تبدأ في التفاعل مع العملاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ترد على التعليقات، وتطلب آراءهم حول المنتجات الجديدة.

8. تقييم النتائج

بعد إطلاق الخط الجديد، تقوم الشركة بمراقبة التعليقات مرة أخرى لتقييم ردود الفعل.



7. الخلاصة:

تُعتبر تقنيات تحليلات بيانات التسويق أدوات قوية تساعد الشركات في تحسين استراتيجياتها وفهم سلوك العملاء بشكل أفضل. من خلال الاعتماد على هذه التقنيات، يمكن للشركات اتخاذ قرارات مبنية على بيانات دقيقة، مما يعزز فرص نجاحها في السوق.



المحاضرة
الخامسة



شكراً لحسن استماعكم