



دورة تحليلات العملاء والرؤى التنبؤية: التنبؤ بتسرب العملاء وقيمة العميل مدى الحياة ونمذجة الأثر الإضافي

5 – 9 يوليو 2027

أمستردام - فندق حي الأعمال زوداس



دورة تحليلات العملاء والرؤى التنبؤية: التنبؤ بتسرب العملاء وقيمة العميل مدى الحياة ونمذجة الأثر الإضافي

المرجع: 24823_1530 التاريخ: 5 - 9 يوليو 2027 المكان: أمستردام - فندق حي الأعمال زوداس الرسوم: SAR 23500

مقدمة:

تحليلات العملاء والرؤى التنبؤية، بالتنبؤ بتسرب العملاء وقيمة العميل مدى الحياة ونمذجة الأثر الإضافي، دورة مدتها 5 أيام لموظفي تحليل بيانات إدارة علاقات العملاء وتحليلات التسويق وبيانات العملاء وتحليل تجربة العملاء، وتنتهي بنموذج للتسرب وقيمة العميل مع خطة عمل للاحتفاظ بالعملاء لشركة دراسية. تنفق المنظمات ميزانيات الاحتفاظ على عملاء كانوا سيقفون دون أي حافز، بينما يغادر العملاء الأعلى قيمة دون أن يلاحظهم أحد لأن درجات النماذج لا ترتبط بإجراءات الحملات أو الخدمة. يستخرج المرشحون بيانات العملاء ويعدون التقارير فعلاً في جداول البيانات أو دفاتر البرمجة، وتقدم الدورة بأسلوب بناء النماذج على بيانات معاملات دراسية. وتقدم كور كونسبت هذه الدورة في تحليلات العملاء.

أهداف الدورة:

- بناء رؤية موحدة للعميل وجدول تحليلي أساسي بفترات رصد ونتيجة واضحة لوسم حالات التسرب
- تقييم العملاء بخلايا RFM الحداثة والتكرار والقيمة النقدية وقراءة مصفوفات احتفاظ أفواج الاستقطاب لتحديد مواضع تراجع القيمة والولاء
- تقدير قيمة العميل مدى الحياة بالطرق التاريخية والتنبؤية والاحتمالية وترتيب العملاء حسب الهامش المستقبلي المتوقع
- بناء مصنفات التسرب واحتمال الشراء وتقييمها بالانحدار اللوجستي ونماذج الأشجار ومقاييس الرفع والمكاسب التراكمية AUCg
- تصميم اختبارات الأثر الإضافي بمجموعات ضابطة عشوائية لاستهداف العملاء القابلين للإقناع وقياس قيمة الاحتفاظ الإضافية
- تحويل درجات احتمال التسرب وقيمة العميل إلى معالجات احتفاظ مرتبة حسب الأولوية وخطة عمل تتضمن فحوص العدالة والموافقة

الفئة المستهدفة:

- الموظفون المسؤولون عن تحليل بيانات إدارة علاقات العملاء CRM وبرامج الولاء لدعم حملات الاحتفاظ والبيع التكميلي
- الموظفون المسؤولون عن تحليلات التسويق وقوائم اختيار الحملات وقياس الاستجابة
- الموظفون المسؤولون عن إعداد مجموعات بيانات العملاء والاستعلامات والدرجات التنبؤية لفرق الأعمال
- الموظفون المسؤولون عن تحليل تجربة العملاء والربط بين الشكاوى واتصالات الخدمة وحالات الإلغاء
- الموظفون المسؤولون عن تقارير قواعد المشتركين أو الأعضاء أو الحسابات في شركات الخدمات

محاوِر الدورة:

اليوم 1: أسس بيانات العملاء وتحليل القيمة السلوكية

- بناء الرؤية الموحدة للعميل من جداول المعاملات والتفاعلات
- تصميم الجدول التحليلي الأساسي بفترة الرصد وفترة النتيجة
- تقييم RFM الحداثة والتكرار والقيمة النقدية بالفئات الخمسية وخلايا القيمة
- تعريف التسرب التعاقدى وغير التعاقدى ووسم الحالات
- مراجعة تقارير الاحتفاظ الحالية مقابل إجمالي التسرب وصافيه

اليوم 2: تحليل احتفاظ الأفواج ونماذج قيمة العميل مدى الحياة

- مصفوفة احتفاظ أفواج الاستقطاب وقراءة منحنيات البقاء
- قيمة العميل التاريخية من الهامش ومدة العلاقة
- قيمة العميل التنبؤية باستخدام معدل الاحتفاظ ومعامل الخصم
- مفاهيم نماذج Buy Till You Die ونموذجي Gamma-Gamma BG/NBD
- ترتيب العملاء في شرائح عشرية حسب القيمة وتفسير منحنى تركيز القيمة

اليوم 3: نماذج التنبؤ بالتسرب وتقدير احتمال الشراء

- هندسة خصائص التسرب من إشارات الاستخدام والفوترة والشكاوى
- بطاقة تقييم التسرب بالانحدار اللوجستي وتفسير نسب الأرجحية
- تدريب مصنفات التسرب بشجرة القرار والغابة العشوائية
- تقييم النماذج بمنحنى ROC ومساحة AUC ومنحنيات الرفع والمكاسب التراكمية
- بناء مصفوفة احتمال الشراء والعرض التالي الأنسب

اليوم 4: نمذجة الأثر الإضافي وتحليل سلة المشتريات ورحلة العميل والتقييم المسؤول

- نمذجة الأثر الإضافي وفئات القابلين للإقناع والباقيين حتما ومن يضرهم التواصل
- منحنى Qini وتصميم المجموعات الضابطة العشوائية لعروض الاحتفاظ
- قواعد الارتباط لسلة المشتريات بمقاييس الدعم والثقة والرفع
- تحليل مسارات رحلة العميل قبل أحداث الإلغاء
- فحوص عدالة النماذج ونطاق الموافقة وتقليل البيانات

اليوم 5: بناء نموذج التسرب وقيمة العميل وخطة عمل الاحتفاظ

- تجهيز بيانات الشركة الدراسية والتحقق من وسم التسرب
- مصفوفة احتمال التسرب وقيمة العميل لترتيب أولويات الاحتفاظ
- قواعد تحويل الدرجات إلى معالجات استبقاء في الحملات والخدمة
- تقدير الإيراد الإضافي من نتائج مجموعتي المعالجة والضبط
- استكمال نموذج التسرب وقيمة العميل وخطة عمل الاحتفاظ

المهارات التي ستكتسبها:

- إعداد بيانات العملاء
- التقييم السلوكي للقيمة
- تحليل احتفاظ الأفواج
- تقدير قيمة العميل مدى الحياة
- نمذجة تصنيف التسرب
- تقييم أداء النماذج
- تصميم اختبارات الأثر الإضافي
- التقييم المسؤول للعملاء

لماذا تحضر هذه الدورة:

- تسليم نموذج التسرب وقيمة العميل وخطة عمل الاحتفاظ إلى مسؤول إدارة علاقات العملاء أو قيمة العملاء لاعتماد جولة الاحتفاظ التالية
- الحسم في أي العملاء المعرضين للمغادرة يستحق عرض استبقاء أو اتصالاً خدمياً أو عدم التواصل إطلاقاً، بناء على القيمة المتوقعة والأثر الإضافي المتوقع
- تفادي هدر الحوافز على عملاء كانوا سيبقون أصلاً، وتجنب حالات الإلغاء التي يشرها التواصل مع عملاء يضرهم الاتصال
- نقل تعريفات الخصائص ورسوم التقييم وقواعد تحويل الدرجات إلى إجراءات إلى المحليين وفرق الحملات

الخاتمة:

بعد العودة إلى العمل يسلم المشاركون نموذج التسرب وقيمة العميل وخطة عمل الاحتفاظ إلى مسؤول إدارة علاقات العملاء أو قيمة العملاء، فيعتمد عليها في تحديد العملاء الذين يتلقون عروض الاستبقاء أو التواصل الخدمي أو لا يتلقون أي تواصل في جولة الاحتفاظ المقبلة. وتطبق فرق الحملات والخدمات قواعد تحويل الدرجات نفسها على قوائم الاختيار وطواير الاتصال. وبعد الجولة الأولى تراجع الوحدة الرفع المحقق مقارنة بالمجموعة الضابطة، ومدى تطابق التسرب المتوقع مع حالات الإلغاء الفعلية، وما إذا كانت الخصائص أو العتبات أو المعالجات تحتاج إلى إعادة معايرة.

الأسئلة الشائعة:

ما الذي يحتاجه المشاركون قبل دورة تحليلات العملاء والرؤى التنبؤية؟

ينبغي أن يستطيع المشاركون الاستعلام من جداول بيانات العملاء والعمل بثقة في جداول البيانات وقراءة الإحصاءات الأساسية كالمتوسطات والنسب، وتفيد الخبرة السابقة في دفاتر البرمجة دون أن تكون شرطاً، ويساعد إحضار وصف مجهول المصدر لحقول بيانات عملائه على ربط تمارين الخصائص والوسم بعمله.

بم تختلف دورة تحليلات العملاء والرؤى التنبؤية عن دورات استراتيجية إدارة علاقات العملاء أو التنبؤ العام؟

تبنى هذه الدورة نماذج على مستوى العميل الفردي: RFM والأفواج وقيمة العميل مدى الحياة ومصنفات التسرب واحتمال الشراء واختبارات الأثر الإضافي. أما دورات استراتيجية إدارة علاقات العملاء فتركز على تصميم البرامج واقتصاديات الولاء، بينما تتوقع دورات التنبؤ العام الأحجام الإجمالية عبر الوقت.

لماذا تهتم نمذجة الأثر الإضافي في تحليلات العملاء والرؤى التنبؤية؟

لأن درجة التسرب تبين من يرجح أن يغادر، لا من سيبقى بسبب العرض. وتقارن نمذجة الأثر الإضافي بين العملاء الذين تلقوا المعالجة والمجموعة الضابطة لتحديد القابلين للإقناع وتجنب من يضرهم التواصل، فيذهب إنفاق الاحتفاظ إلى حيث يغير السلوك وتقاس القيمة الإضافية.

ماذا يعود به المشاركون من دورة تحليلات العملاء والرؤى التنبؤية؟

يعود المشاركون بنموذج التسرب وقيمة العميل وخطة عمل الاحتفاظ مبنية على شركة دراسية، تضم الجدول التحليلي الأساسي ومصنف تسرب مقيماً وتقديرات قيمة العميل مدى الحياة ومصنوفة الاحتمال والقيمة وقواعد تحويل الدرجات إلى إجراءات وتصميم مجموعة ضابطة لقياس الاحتفاظ الإضافي.