

أخصائي تسويق تحليلي (Marketing Analyst)

تحويل الأرقام لقرارات ناجحة



مقدمة



يُترجم أخصائي التسويق التحليلي البيانات الضخمة إلى رؤى تساعد المؤسسات في تحسين حملاتها التسويقية، وفهم سلوك المستهلك، واتخاذ قرارات مبنية على أدلة واضحة، مما يزيد من الأرباح ويقلل المخاطر.

المسارات التعليمية لدخول مجال التسويق التحليلي

- بكالوريوس في التسويق، الإحصاء، أو تحليل البيانات.
- دورات في Google Analytics، Excel، Power BI.

الفروع الدّراسية التي تسمح بالالتحاق بالمجال

- العلمي، الإداري، التكنولوجي.

المواد الدّراسية الأساسيّة لمجال التسويق التحليلي

- أبحاث السوق.
- التسويق الرقمي.
- الإحصاء والتحليل الكمي.
- قواعد البيانات.
- تحليل الاتجاهات.



مجالات العمل بعد التّخرّج

- شركات الإعلان والتسويق الرقمي.
- شركات التكنولوجيا.
- المؤسسات المالية.
- القطاعات الصحية والتعليمية.

لمن هذه المهنة؟

- لمن يحب الأرقام والتحليل.
- لمن يهتم بسلوك المستهلك والاتجاهات.
- لمن يجمع بين التفكير التجاري والتقني.

أخصائي تسويق تحليلي (Marketing Analyst)

تحويل الأرقام لقرارات ناجحة



المهارات المطلوبة للتمييز كأخصائي تسويق تحليلي

• التحليل الإحصائي.

• أدوات البيانات (Excel, Tableau, SQL).

• كتابة تقارير سهلة الفهم.

• التعاون مع فرق التسويق والمبيعات.

المهام اليومية وطبيعة العمل

• جمع وتحليل بيانات الحملات التسويقية.

• تقديم تقارير أداء المنتجات والخدمات.

• اقتراح استراتيجيات تسويق مبنية على البيانات.

• تحليل المنافسة وسلوك العملاء.

سيناريوهات العمل

• محلل بيانات تسويقية في شركة تجارة إلكترونية.

• مسؤول تسويق رقمي في مؤسسة تعليمية.

• مستشار تحليل سوق في شركة عالمية.



أبرز المعتقدات الخاطئة عن أخصائي التسويق التحليلي

المعتقد الخاطئ	المعتقد الصحيح
المسوق يفكر فقط بالإبداع	بل النجاح يتطلب تحليل دقيق للبيانات
التحليل لا يؤثر كثيراً	بل هو الأساس في اتخاذ القرارات الاستراتيجية