



الدورة التدريبية: استراتيجيات التسويق B2B
استهداف الشركات وصناع القرار بفعالية
المتقدمة:



يونيو ٢٠٢٦ - ٢١



دبي

(للشخص الواحد) € ٤٥٠٠

Ref: #MAR5959_41714



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

وسلوكيات صناع القرار. شركة (B2B) ميداناً فريداً يتطلب فهماً عميقاً في عالم الأعمال المعاصر، يمثل التسويق من شركة إلى التسويق B2B على بناء علاقات طويلة على عكس التسويق الموجه للمستهلكين، تركيز لديناميكيات السوق المعقدة في رحلة احتياجات معقدة، وتحقيق عائد استثمار ملموس. هذه الأمد مع الكيانات التجارية، وتقديم حلول تلبية استراتيجيات استهداف الشركات وصناع القرار، معمقة من الألف إلى الياء، لتسليط الضوء على أبرز الدورة التدريبية الشاملة تأخذ المشاركين عائد سنتناول منهجيات تحليل السوق B2B، وتطوير تسويق فعالة. B2B وكيفية بناء استراتيجيات تسويق رقمي الممارسات في المؤسسي، والتي ساهم الاستثمار B2B بدقة. بالاستناد إلى رؤى أكاديمية المحتوى B2B المخصص، وصولنا إلى قياس الذي يعتبر مرجعاً عالمياً في (Philip Kotler) فيها باحثون بارزون مثل البروفيسور فيليب كوتلر حديثة في مجال سلوك المشتري يمكن للشركات الدورة المصممة لتمكين المحترفين من تجاوز التحديات التسويق، سيقدم Big Ben Training Center هذه ، خلال فهم دقيق لرحلة الشراء B2B تحويل جهودها التسويقية إلى محركات قوية للنمو، الحالية. سنركز على استكشاف كيف التجارية B2B قوي ومستدام في الأسواق التنافسية. ومتطلبات المبيعات B2B، لضمان بناء وعي بالعلامة وذلك من



لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدراء التسويق والمبيعات في الشركات.
- أخصائيو تطوير الأعمال واستراتيجيات النمو.
- والمتوسطة، رواد الأعمال والمدراء التنفيذيون للشركات الصغيرة.
- المستشارون التجاريون والاستراتيجيون.
- المتخصصون في التسويق الرقمي (B2B).
- فرق المبيعات التي تستهدف الشركات.
- المسؤولون عن إدارة علاقات العملاء (B2B).

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الشركات التقنية والبرمجيات.
- شركات الخدمات اللوجستية والنقل.
- قطاع التصنيع والصناعات الثقيلة.
- شركات الاستشارات الإدارية والمالية.
- قطاع الرعاية الصحية والمستلزمات الطبية.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.
- شركات المقاولات والإنشاءات.
- الخدمات المالية والبنوك.
- شركات الاتصالات.
- قطاع الطاقة المتجددة.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارات التسويق
- إدارات المبيعات
- إدارات تطوير الأعمال
- إدارات الاستراتيجية والتخطيط
- إدارات إدارة علاقات العملاء
- إدارات الابتكار والمنتجات
- إدارات المشتريات
- إدارات خدمة العملاء

أهداف الدورة التدريبية:

أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- صياغة استراتيجيات تسويق متكاملة وفعالة
- تحديد صناع القرار في الشركات واستهدافهم بدقة
- تطوير محتوى تسويقي يلبي احتياجات العملاء
- بناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء
- تحليل بيانات لقياس الأداء وتحسين الحملات
- فهم رحلة الشراء وتطبيقاتها العملية
- تطبيق أساليب التسويق الرقمي المتطورة
- تحسين عائد الاستثمار من الأنشطة التسويقية
- للنجاح، إدارة المبيعات بأسلوب احترافي وموجه
- تطوير خطط بناء الوعي بالعلامة التجارية

منهجية الدورة التدريبية:



العملي المكثف. ستتضمن التدريبية منهجية تفاعلية وشاملة، تجمع بين يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة في استراتيجيات التسويق B2B، مما يتيح الدورة دراسات حالة واقعية لشركات عالمية ومحلية المحاضرات النظرية والتدريب مهارات عملية. سيتم تشجيع العمل الجماعي من خلال ورش عمل للمشاركين تطبيق المفاهيم النظرية على تحديات نجحت استراتيجيات التسويق الرقمي المشاركين في تحليل السوق B2B، وتحديد الفئات تفاعلية وتمارين عملية تهدف إلى تطوير بشكل كامل وتحقيق أقصى استفادة من سيتم تقديم تغذية راجعة فردية وجماعية لضمان B2B المستهدفة، وتطوير فهم التسويق B2B وكيفية التغلب عليها، بالإضافة إلى تجربة التعلم. كما سنركز على مناقشة تحديات استيعاب المفاهيم B2B بدقة. تهدف المنهجية رحلة الشراء B2B، وإدارة علاقات العملاء B2B، استكشاف أحدث الاتجاهات في هذا المجال لتعزيز ومبتكرة تساهم في تحقيق أهداف أعمالهم إلى تمكين المشاركين من تطوير استراتيجيات تسويقية وقياس عائد الاستثمار عملية

خريطة المحتوى التدريبي (معاور الدورة التدريبية):

المستهدف الوحدة الأولى: أساسيات التسويق B2B وفهم السوق



- الفرق بين التسويق B2B والتسويق B2C
- فهم خصائص السوق B2B وديناميكيته
- تحديد الفئات المستهدفة في التسويق B2B
- تحليل سلوك المشتري المؤسسي
- تحديد صناعات الفرار ومراكز الشراء
- أهمية تحليل السوق B2B
- بناء ملفات تعريف العملاء المثاليين (ICP)

الوحدة الثانية: استراتيجيات التسويق الرقمي B2B

- التسويق بالمحتوى B2B الفعال
- القوائم التسويقية عبر البريد الإلكتروني B2B وبناء
- استخدام لينكد إن ومنصات الأعمال الأخرى
- الإعلانات المدفوعة في بيئة B2B
- تحسين محركات البحث للتسويق B2B
- أتمتة التسويق B2B
- التسويق المؤثر B2B

الوحدة الثالثة: بناء العلاقات وإدارة العملاء B2B

- أهمية بناء علاقات طويلة الأمد في B2B
- إدارة علاقات العملاء (CRM) B2B
- استراتيجيات التواصل الفعال مع الشركات
- خدمة العملاء B2B ودعم ما بعد البيع
- تطوير برامج الولاء للعملاء B2B
- تحسين تجربة العميل B2B
- بناء الثقة والمصداقية في السوق B2B



الوحدة الرابعة: المبيعات B2B وقياس الأداء

- تكامل التسويق والمبيعات B2B
- تقنيات البيع الاستشاري في B2B
- إدارة خط أنابيب المبيعات ((Sales Pipeline))
- قياس عائد الاستثمار B2B للحملات التسويقية
- تحليل بيانات B2B وتقارير الأداء
- تحسين التحويل B2B
- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في التسويق B2B

التسويق B2B الوحدة الخامسة: الابتكار والاتجاهات المستقبلية في

- ((Marketing) التسويق المبني على الحسابات (Account-Based)
- دور الذكاء الاصطناعي في التسويق B2B
- التسويق بالفيديو والبودكاست في B2B
- B2B التسويق الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية للشركات
- تحديات وفرص السوق العالمي B2B
- الرقمي: بناء الوعي بالعلامة التجارية B2B في عصر التحول
- B2B الاستعداد للتغيرات المستقبلية في سلوك المشتري

الأسئلة المتكررة:

التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة.

الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد



المدة إلى ٢٥٢٠- بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، ساعة تدريبية، راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي

سؤال للتأمل:

القرار المتطورة؟ التغيرات السريعة في المشهد الاقتصادي العالمي كيف يمكن لاستراتيجيات التسويق B2B أن تتكيف مع وسلوكيات صناع

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



قابلة للتطبيق الذي يتجاوز المفاهيم النظرية، حيث تركز على تزويد تتميز هذه الدورة التدريبية بمنهجها العملي والعميق أحدث التطورات في التسويق B2B، الفوري في بيئات العمل الحقيقية. تم تصميم المحتوى المشاركين بأدوات واستراتيجيات B2B وكيفية بناء استراتيجيات تسويق رقمي B2B مع التركيز بشكل خاص على فهم سلوك صناع القرار بعناية فائقة ليشمل عائد استثمار تتعمق في الرؤى الاستراتيجية التي تمكن الشركات من فعالية. بدلا من التركيز على الأدوات التقنية فقط، رائدة، مما يساعد على ترسيخ ملموس. الدورة تقدم أمثلة عملية غنية ودراسات B2B بناء علاقات قوية ومستدامة، وتحقيقاً نركز على أهمية تحليل السوق B2B وقياس المفاهيم وربطها بالتحديات اليومية التي تواجهها حالة واقعية من شركات في آن تحقيق أهداف الأعمال الكبرى وبناء الوعي بالعلامة الأداء بدقة، لضمان أن كل جهد تسويقي يساهم في المؤسسات. وواحد التجارية B2B بطريقة أكاديمية وعملية