التدريبية: الترويج الاستراتيجي للسياحة في الأسواق الدولية والمحلية الدورة العلاجية

مايو ٢٠٢٦ ١٥ - ١١

القاهرة - *

(للشخص الواحد) € ٤١٠٠

Ref: #TOU8185_581836

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

فريدة ومبتكرة. يقدمBIG BEN حيث يجمع بين الرعاية الصحية والسفر، مما يتطلب تُعد السياحة العلاجية قطاعًا واعدًا ومتناميًا، والدولية. المشاركين بالمهارات اللازمة للترويج الفعال هذه الدورة المتخصصة لتزويد Training Center استراتيجيات تسويقية طبيعة السياحة العلاجية وأنواعها، تغطي الدورة كافة الجوانب المتعلقة بهذا المجال، للسياحة العلاجية في الأسواق المحلية المستهدفة، القنوات التسويقية الصحيحة، وتطوير برامج ترويجية وصولا إلى بناء العلامة التجارية، واستخدام بدءًا من فهم مع الجهات الصحية ووكالات وتصميم الحملات التي تتناسب مع احتياجات المرضى مخصصة. سنتناول كيفية تحديد الأسواق التسويق الصحي، الدكتور بيتر فيسكPeter Fisk ، السفر. تعتمد الدورة على رؤى أكاديمية من الخبير في الدوليين، والتعاون ومبتكرة "Drive Sustainable Growth in a Global Economy الذي تناول في كتابه "People Planet Profit: How to مجال لتحقيق النجاح. أهمية بناء استراتيجيات تسويق مسؤولة

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو التسويق في المستشفيات والعيادات.
- مسؤولو تطوير الأعمال في القطاع الصحي.
- مستشارو السياحة العلاجية.
- ممثلو شركات السياحة والسفر المتخصصة.
- مديرو المراكز الصحية والمنتجعات الطبية.
- والصحة. المسؤولون في الجهات الحكومية المعنية بالسياحة

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- القطاع الصحي والمستشفيات الخاصة.
- قطاع السياحة والسفر.
- شركات التأمين الصحي.
- شركات الأدوية والمستلزمات الطبية.
- السياحة. الهيئات الحكومية وما في حكمها المعنية بتنمية

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق.
- تطوير الأعمال.
- العلاقات العامة.
- إدارة العمليات.
- القسم الدولي في المؤسسات الصحية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم مكونات السياحة العلاجية وكيفية الترويج لها.
- تطوير خطة تسويقية شاملة لبرامج السياحة العلاجية.
- الترويجية المناسبة. تحديد الأسواق الدولية المستهدفة واختيار القنوات
- القطاع. بناء هوية وعلامة تجارية قوية للمؤسسة في هذا
- استخدام أدوات التسويق الرقمي والمحتوى المتخصص.
- التعاون مع وكلاء السفر والجهات الوسيطة.
- الاستثمار. قياس فعالية الحملات التسويقية وتحليل العائد على

منهجية الدورة التدريبية:

في رحلة عملية تطبيقية تجمع بين المحاضرات التفاعلية وورش العمل يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة بمنهجية وتحديد الجمهور المستهدف. ستشمل تبدأ بفهم أساسيات التسويق الاستراتيجي، مروراً ودراسات الحالة. يتم توجيه المشاركين سيتم وتصميم حملات إعلانية افتراضية، ومناقشة أمثلة المنهجية استخدام أحدث أدوات التحليل التسويقي، بتحليل السوق المتخصصين. هذه تشجيع العمل الجماعي لمناقشة التحديات والحلول، مع واقعية لحملات ناجحة في السياحة العلاجية. خطط تسويقية ناجحة تساهم في المنهجية تضمن أن يكتسب المشاركون الخبرة العملية توفير تغذية راجعة من المدربين نمو مؤسساتهم وتنافسيتها في السوق العالمية. اللازمة لوضع وتنفيذ

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات السياحة العلاجية والتسويق

- تعريف السياحة العلاجية وأنواعها.
- تحليل البيئة التنافسية للسياحة العلاجية.
- فهم سلوك المريض الدولي واحتياجاته.
- بناء هوية العلامة التجارية في القطاع الصحي.
- تحديد القيمة المضافة للمؤسسة.
- أهمية الثقة والسمعة في هذا القطاع.
- تطبيق عملي على تحليل SWOT للمؤسسة.

الوحدة الثانية: التخطيط الاستراتيجي للترويج

- وضع خطة تسويقية شاملة للسياحة العلاجية.
- ديموغرافية وثقافية. تحديد الأسواق المستهدفة بناءً على عوامل
- تحديد الميزانية التسويقية وتوزيعها بفعالية.
- تطوير رسائل تسويقية مقنعة ومؤثرة.
- فهم اللوائح القانونية والأخلاقية في التسويق الصحي.
- تخطيط الحملات الإعلانية.
- ورشة عمل حول صياغة خطة تسويقية.

الوحدة الثالثة: التسويق الرقمي والمحتوى المتخصص

- بناء استراتيجية تسويق رقمي متكاملة.
- استخدام منصات التواصل الاجتماعي للترويج.
- الفيديو). أهمية المحتوى المتخصص (قصص النجاح، المدونات،
- بناء الموقع الإلكتروني كأداة تسويقية رئيسية.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني.
- استخدام أدوات التحليل لقياس أداء الحملات.
- تطبيق عملي على بناء محتوى تسويقي.

الوحدة الرابعة: العلاقات والشراكات الاستراتيجية

- بناء شبكة علاقات مع وكالات السفر والسياحة.
- التعاون مع المستشفيات والعيادات الدولية.
- أهمية المؤتمرات والمعارض الدولية.
- التعامل مع الجهات الحكومية والمنظمات الدولية.
- إدارة العلاقات مع المترجمين والوسطاء.
- تطوير برامج شراكة مع شركات التأمين.
- ورشة عمل حول بناء شبكات العلاقات.

الوحدة الخامسة: قياس الأداء وتطوير البرامج

- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs).
- تحليل العائد على الاستثمار (ROI) للحملات.
- جمع وتحليل التغذية الراجعة من العملاء.
- تطوير برامج ومبادرات جديدة بناءً على النتائج.
- الاستدامة والابتكار في السياحة العلاجية.
- الاتجاهات المستقبلية في القطاع.
- جلسة نقاش حول قصص نجاح من الواقع.

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 ٢٠-٢٥ 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:

كل سوق الأسواق الدولية، كيف يمكن للمؤسسات أن تبني رسالة في ظل تنوع الخدمات الصحية والتحديات الثقافية في مستهدف؟ تسويقية موحدة وفعالة دون أن تفقد خصوصية

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

والتسويق. يقدمBIG BEN احتياجات قطاع السياحة العلاجية الذي يتطلب دمج تتميز هذه الدورة بكونها مصممة خصيصًا لتلبية والاستراتيجيات التي أثبتت نجاحها. نحن لا محتوى عمليًا يركز على التطبيقات Training Center خبرات من مجالي الصحة المشاركين من بناء خطط تسويقية متكاملة بأنفسهم، من نكتفي بتقديم المعلومات النظرية، بل نركز على تمكين الواقعية مما يجعل المتدرب هذه الدورة هي استثمار في القدرة على التفكير تحديد الجمهور المستهدف وصولا إلى قياس النتائج. قادرًا على المنافسة في هذا السوق المتنامي والمربح. الاستراتيجي والترويج بفعالية،