لنمو الأعمال الدورة التدريبية: التسويق الأخضر المستدام وبناء علامة تجارية مسؤولة بيئيًا

سبتمبر ٢٠٢٦ ١٨ - ١٤

القاهرة - *

(للشخص الواحد) € ٤١٠٠

Ref: #MAR9729_549809

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

للنمو والازدهار في التسويق الأخضر والمستدام ليس مجرد اتجاه، بل ضرورة في عالم يزداد وعيه بالتحديات البيئية، أصبح المشاركين في BIG BEN Training Center الأسواق الحديثة. هذه الدورة التدريبية الشاملة من ملحة للشركات التي تسعى حماية في استراتيجياتهم التسويقية، وبناء علامات تجارية معمقة لاكتشاف كيفية دمج الممارسات الصديقة للبيئة رحلة تأخذ الأخضر" والانتقال إلى تبني" الكوكب. سوف يتعلم المشاركون كيفية تجاوز مجرد لا تكتفي بتحقيق الأرباح، بل تساهم أيضًا في المنتجات ستتناول الدورة مفاهيم مثل الاقتصاد الدائري، الاستدامة الحقيقية في كل جانب من جوانب أعمالهم. مبادئ الغسل أمثلة عملية من شركات المستدامة، مع التركيز على كيفية توصيل هذه القيم المسؤولية الاجتماعية للشركات، وابتكار بناء ولاء العملاء من خلال الالتزام بالاستدامة. رائدة عالميًا، ونحلل استراتيجياتها الناجحة في بفعالية للمستهلكين. سنستعرض سيتم استعراض التسويق المستدام، وتقدم إطارًا عمليًا لتطبيق هذه تعتمد الدورة على أحدث الأبحاث والدراسات في مجال في مجال التسويق المستدام، والذي رؤى الدكتور جابرييل كينغ (Dr. Gabriel King)، المفاهيم في بيئات عمل متنوعة. كما تجارية ذات تأثير بيئي إيجابي. يؤكد على أهمية الشفافية والأصالة في بناء علامة الأكاديمي البارز

لـ: الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدراء التسويق.
- مدراء العلامات التجارية.
- مدراء المنتجات.
- رواد الأعمال.
- مدراء المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR).
- متخصصو الاستدامة.
- أصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة.
- المستشارون في مجال التسويق والأعمال.
- مديرو التطوير الاستراتيجي.
- المهتمون بالبيئة والأعمال المستدامة.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة.↰
- صناعة الأغذية والمشروبات.↰
- قطاع التصنيع.↰
- صناعة الأزياء والملابس.↰
- القطاع العقاري.↰
- صناعة السيارات.↰
- قطاع الطاقة المتجددة.↰
- الخدمات المالية.↰
- الزراعة المستدامة.↰
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.↰
- القطاع الفندقي والسياحي.↰
- صناعة التعبئة والتغليف.↰

الأقسام المؤسسية المستهدفة:↰

- قسم التسويق.
- قسم المبيعات.
- قسم الاستدامة.
- قسم تطوير المنتجات.
- قسم الموارد البشرية.
- قسم البحث والتطوير.
- قسم العلاقات العامة.
- الإدارة العليا.
- قسم المشتريات.
- قسم التخطيط الاستراتيجي.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم عميق لمبادئ التسويق الأخضر والمستدام.
- تطوير استراتيجيات تسويقية مسؤولة بيئيًا.
- بناء علامات تجارية تعكس الالتزام بالاستدامة.
- تطبيق مبادئ الاقتصاد الدائري في نماذج الأعمال.
- قياس وتحليل التأثير البيئي للأنشطة التسويقية.
- التواصل بفعالية حول المبادرات البيئية للشركة.
- التعامل مع تحديات الغسل الأخضر.
- ابتكار منتجات وخدمات صديقة للبيئة.
- جذب المستهلكين الواعين بيئيًا.
- تعزيز ولاء العملاء من خلال القيم المستدامة.

منهجية الدورة التدريبية:

التي تضمن ترسيخ وشاملة، تجمع بين المحاضرات النظرية المستندة إلى تعتمد هذه الدورة التدريبية على منهجية تفاعلية رائدة في مجال التسويق المستدام، مما المفاهيم. سيتخلل البرنامج دراسات حالة واقعية أحدث الأبحاث والتطبيقات العملية لتطوير يتم التركيز على العمل الجماعي من خلال ورش عمل يتيح للمشاركين تحليل التحديات والحلول الناجحة. لشركات عالمية عصف ذهني وتمارين استراتيجيات تسويقية خضراء لمؤسسات افتراضية أو تفاعلية، حيث يشارك المتدربون في مجموعات النقدي واتخاذ القرار. يقدمBIG محاكاة لسيناريوهات سوقية متنوعة، تهدف إلى تطوير حقيقية. كما تتضمن الدورة جلسات سيتم توفير تغذية راجعة مستمرة من قبل المدربين الخبراء بيئة تعليمية داعمة، مع BEN Training Center مهارات التفكير التجربة التعليمية ويعزز تشجيع النقاشات المفتوحة لتبادل الخبرات والرؤى بين لضمان تحقيق أقصى استفادة ممكنة من الدورة. الفهم الشامل لمفاهيم التسويق الأخضر. المشاركين، مما يثري

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات التسويق الأخضر والاستدامة

- مفهوم التسويق الأخضر وتطوره.
- والاقتصادية. أبعاد الاستدامة: البيئية، الاجتماعية،
- التحول نحو الاقتصاد الدائري.
- دور المستهلك الواعي بيئيًا.
- الفرص والتحديات في التسويق المستدام.
- المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) ودورها.
- أهمية الشفافية والأصالة في الممارسات الخضراء.

الوحدة الثانية: بناء علامة تجارية مسؤولة بيئياً

- تحديد القيم الأساسية للعلامة التجارية المستدامة.
- تصميم المنتجات والخدمات الصديقة للبيئة.
- سلسلة التوريد المستدامة.
- استراتيجيات التعبئة والتغليف المستدامة.
- قياس البصمة البيئية للعلامة التجارية.
- إدارة المخاطر والفرص البيئية.
- أمثلة لعلامات تجارية ناجحة بيئيًا.

الوحدة الثالثة: استراتيجيات التسويق الأخضر الفعال

- تطوير الرسائل التسويقية الخضراء.
- قنوات التسويق الرقمي المستدام.
- التسويق بالمحتوى الأخضر.
- التسويق عبر المؤثرين والوعي البيئي.
- العلاقات العامة والاستدامة.
- إدارة سمعة العلامة التجارية في سياق الاستدامة.
- تجنب الغسل الأخضر (Greenwashing).

الوحدة الرابعة: قياس الأداء والأثر البيئي

- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للتسويق الأخضر.
- أدوات وتقنيات قياس التأثير البيئي.
- تقارير الاستدامة والشفافية.
- الخضراء.تحليل العائد على الاستثمار (ROI) للمبادرات
- دراسات الحالة وتقييم النجاح.
- التحديات في قياس الاستدامة.
- تحسين الأداء البيئي المستمر.

التسويق المستدام الوحدة الخامسة: الابتكار والتوجهات المستقبلية في

- الابتكار في المنتجات والخدمات المستدامة.
- التقنيات الناشئة ودورها في التسويق الأخضر.
- التسويق المستدام في الأسواق العالمية.
- التشريعات والسياسات البيئية وتأثيرها.
- مستقبل التسويق المستدام.
- دمج الاستدامة في استراتيجية الأعمال الشاملة.
- كيفية قيادة التغيير نحو ممارسات أكثر استدامة.

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:

الأخضر أو تجاوز محدودية الموارد أن تتبنى استراتيجيات تسويق أخضر كيف يمكن للشركات الصغيرة والمتوسطة التي تعاني من

الميزانية المخصصة للتسويق التقليدي؟ فعالة دون الوقوع في فخ الغسل

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

وبناء العلامة يقتصر على الجانب النظري فحسب، بل يركز على التطبيق تتميز هذه الدورة التدريبية بمنهجها الشامل الذي لا الأبحاث والدراسات في هذا المجال، مع التجارية المسؤولة بيئيًا. نقدم رؤى عميقة مبنية العملي لمفاهيم التسويق الأخضر الجذرية الشركات اليوم. نبتعد عن الأدوات التسويقية العامة، التركيز على التحديات والفرص الحقيقية التي تواجه على أحدث بكونه أكاديميًا وعمليًا في آن واحد، التي تخلق قيمة حقيقية للعلامة التجارية والمجتمع. ونركز بدلاً من ذلك على الاستراتيجيات للتطبيق الفوري في بيئات عملهم. نقدم أمثلة محددة مما يضمن حصول المتدربين على معرفة معمقة وقابلة يتميز المحتوى فرصة للمشاركين مجال الاستدامة، ونحلل كيف يمكن تكييف هذه النجاحات من شركات رائدة عالميًا أحدثت فرقًا ملموسًا في مستقبل أعمال أكثر استدامة. ليصبحوا قادة التغيير في مؤسساتهم، ويساهموا في مع سياقات مختلفة. هذه الدورة هي بناء