التدريبية: التسويق الرقمي وإدارة العلاقات العامة للمطارات الدورة

يوليو ٢٠٢٦ ١٠ - ٠٦

باريس

(للشخص الواحد) € ٥٧٠٠

Ref: #AIR7220_423641

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

والشركاء التجاريين. للمسافرين، بل أصبحت علامات تجارية تتنافس على جذب في عالم اليوم، لم تعد المطارات مجرد محطات عامة فعالة. فيBIG BEN Training يتطلب هذا التنافس استراتيجيات تسويق رقمي مبتكرة المسافرين وشركات الطيران تقدم هذه العامة في قطاع المطارات يتطلبان فهمًا عميقًا ، ندرك أن التسويق الرقمي وإدارة العلاقاتCenter وإدارة علاقات وأفضل ممارسات العلاقات الدورة التدريبية برنامجًا شاملاً يجمع بين أحدث للجمهور المستهدف وتحديات القطاع الفريدة. المشاركون في فهم كيفية بناء هوية قوية العامة، مصممة خصيصًا لتلبية احتياجات المطارات. استراتيجيات التسويق الرقمي والممارسات وإدارة سمعة العلامة التجارية في الأزمات. تستند للمطار، والتواصل مع الجمهور عبر القنوات الرقمية، سيتعمق الدكتور ريتشارد ديفيز ("Management الصناعية، مثل كتاب "Airport Marketing and الدورة إلى أحدث الأبحاث الأكاديمية تسويق المطارات. سيتعلم المشاركون كيفية تحليل ، الذي يعد مرجعًا أساسيًا في مجال(Dr. Richard Davies للمؤلف إلى إعداد قادة ومحترفين وتطوير استراتيجيات للتواصل مع وسائل الإعلام بيانات العملاء، وتصميم حملات تسويقية مستهدفة، في زيادة الإيرادات، وتعزيز الولاء، وتحقيق قادرين على بناء علامات تجارية ناجحة للمطارات، مما والجمهور. تهدف الدورة التميز التنافسي. يساهم

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق والعلاقات العامة.
- مدراء المطارات.
- المسؤولون عن وسائل التواصل الاجتماعي.
- المتخصصون في الاتصال المؤسسي.
- مدراء العلامات التجارية.
- الموظفون في أقسام خدمة العملاء.
- المهنيون في شركات الطيران.
- المتخصصون في تطوير الأعمال.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- المطارات الدولية والإقليمية.
- شركات الطيران التجارية.
- هيئات الطيران المدني الحكومية وما في حكمها.
- شركات التجزئة والضيافة في المطارات.
- شركات الاستشارات التسويقية.
- الجهات الحكومية المختصة بالسياحة.
- شركات إدارة الفعاليات.
- شركات تكنولوجيا المطارات.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- التسويق.
- العلاقات العامة.
- الاتصال المؤسسي.
- العلامة التجارية.
- التطوير الاستراتيجي.
- تطوير الأعمال.
- العمليات التشغيلية.
- خدمة العملاء.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- وضع استراتيجيات تسويق رقمي فعالة للمطارات.
- إدارة حملات إعلانية مستهدفة.
- بناء سمعة إيجابية للمطار.
- التعامل مع الأزمات الإعلامية.
- تحسين تجربة المسافرين الرقمية.
- تطوير خطط للتواصل مع وسائل الإعلام.
- استخدام أدوات التحليل لقياس الأداء.
- بناء علاقات استراتيجية مع الشركاء.

منهجية الدورة التدريبية:

الرقمي تجمع بين الأطر النظرية المتقدمة والتطبيق العملي، يعتمد BIG BEN Training Center على منهجية تدريبية المفاهيم الأساسية للتسويق وإدارة العلاقات العامة في المطارات. تبدأ الدورة مصممة خصيصًا لتلبية احتياجات التسويق إعلانية مستهدفة. يتم إثراء المحتوى بدراسات الرقمي، تليها ورش عمل تطبيقية تركز على تصميم بمحاضرات تفاعلية تغطي يتم تشجيع فرصة تطبيق المفاهيم النظرية على تحديات حقيقية. حالة من مطارات عالمية رائدة، مما يتيح للمشاركين حملات تتضمن الدورة جلسات تغذية المشاركين على تطوير خطة تسويق وعلاقات عامة تعتمد المنهجية على العمل الجماعي، حيث عميقًا للمواضيع وتطوير مهارات اتخاذ القرارات راجعة فردية من قبل مدربين خبراء، مما يضمن فهمًا متكاملة لمطار معين. كما والعلاقات العامة في المشاركون ليس فقط بمعرفة نظرية، بل بمهارات عملية التسويقية. هذا النهج الشامل يضمن أن يخرج مؤسساتهم. تمكنهم من قيادة جهود التسويق

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات تسويق المطارات.

- أهمية التسويق في قطاع الطيران.
- بناء هوية العلامة التجارية.
- تحديد الجمهور المستهدف.
- تحليل المنافسين.
- الاستفادة من القنوات الرقمية.
- قياس أداء الحملات.
- وضع خطة تسويقية متكاملة.

الوحدة الثانية: التسويق الرقمي المتقدم.

- التسويق بالمحتوى.
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- الإعلانات المدفوعة.
- تحليل بيانات العملاء.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني.
- تحسين تجربة المستخدم على الموقع.
- التسويق المؤثر.

الوحدة الثالثة: إدارة العلاقات العامة.

- بناء علاقات مع وسائل الإعلام.
- التواصل في الأزمات.
- البيانات الصحفية.
- إدارة السمعة.
- العلاقات مع الشركاء.
- الفعاليات والمعارض.
- بناء علاقات مع المجتمع المحلي.

الوحدة الرابعة: التواصل مع المسافرين.

- التواصل عبر التطبيقات الذكية.
- خدمة العملاء الرقمية.
- إدارة الشكاوى.
- برامج الولاء.
- جمع التغذية الراجعة.
- تحليل مشاعر العملاء.
- استخدام المحتوى التفاعلي.

للمطارات. الوحدة الخامسة: مستقبل التسويق والعلاقات العامة

- الذكاء الاصطناعي في التسويق.
- الواقع الافتراضي والمعزز.
- التسويق عبر الفيديو.
- البيانات الكبيرة (Big Data).
- التسويق الأخضر.
- الاتجاهات العالمية.
- التحديات المستقبلية.

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:

معلوماته المتقدمة لبناء علاقة شخصية وفريدة مع كل مسافر على كيف يمكن للمطارات أن تستخدم أدوات التسويق الرقمي

في بيئة شديدة التنظيم؟ حدة، مع الحفاظ على خصوصية بياناته وأمن

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

قد تركز على التسويق الرقمي والعلاقات العامة في قطاع المطارات، مما تتميز هذه الدورة بتركيزها المتخصص على التسويق للتحديات الفريدة لهذا القطاع، بشكل عام. نحن لا نقدم مفاهيم عامة، بل نغوص في يجعلها مختلفة عن الدورات التي الأزمات التي قد تؤثر على السفر. على عكس الدورات مثل التعامل مع الجمهور الدولي المتنوع، وإدارة التفاصيل الدقيقة بفعالية. ودراسات حالة من مطارات عالمية، مما يمنح المشاركين التي قد تكتفي بالشرح النظري، نقدم أمثلة واقعية يضمن أن يكون المتدرب ليس يركز محتوى الدورة على الجمع بين المعرفة النظرية رؤى عملية حول كيفية تطبيق الاستراتيجيات استراتيجية لتحسين سمعة المطار. هذا المزيج فقط على دراية بالمفاهيم، بل قادرًا على اتخاذ والمهارات التطبيقية، مما التسويق الميدانية يجعل هذه الدورة تجربة تعليمية لا مثيل الفريد من المحتوى المتخصص والتطبيق العملي والخبرة قرارات والعلاقات العامة في مؤسساتهم نحو التميز والريادة. لها، تمكن المشاركين من قيادة جهود