الدورة التدريبية: المزيج التسويقي المتكامل التحسين للوصول الرقمي الفعال (VIPs) واستراتيجيات

ابريل - ٠١ مايو ٢٠٢٦ ٢٧

كاليفورنيا

(للشخص الواحد) € ٧٩٠٠

Ref: #MAR6387_201430

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

عميق للمزيج التسويقي المتكامل التدريبية الشاملة والمصممة خصيصًا لتزويد يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة أقصى درجات الوصول الرقمي الفعال. في عالم تتسارع المعروف بالـ PsV، وكيفية توظيفه بفعالية لتحقيق المشاركين بفهم تتناول الدورة كل يصبح فهم آليات التسويق الحديثة أمرًا حاسمًا لنجاح فيه وتيرة التحولات الرقمية وتتزايد فيه المنافسة، والترويج، وصولا إلى الأشخاص والعمليات مكون من مكونات الـ PsV، بدءًا من المنتج والسعر أي مؤسسة تسعى للنمو والتميز. هذه الدورة التسويق الرقمي واستراتيجيات التحسين لضمان تحقيق والدليل المادي، مع ربطها بشكل وثيق بمفاهيم والمكان يمكن الإشارة إلى مساهمات منهجها من الأعمال الرائدة في مجال التسويق، ومن الأهداف التسويقية المنشودة. تستلهم يعد مرجعًا أساسيًا في علم التسويق الحديث. سيتعلم البروفيسور فيليب كوتلر (Philip Kotler)، الذي بين أبرز هذه الأعمال، العملاء المتغيرة باستمرار. استراتيجيات تسويقية مبتكرة، وقياس الأداء، وتكييف المشاركون كيفية تحليل الأسواق، وتصميم حالة واقعية وأنشطة تفاعلية، مما يمكن كما ستركز الدورة على التطبيق العملي للمفاهيم من خططهم لتلبية احتياجات بالمرونة والفعالية. المشاركين من بناء خطط تسويقية متكاملة تتسم خلال دراسات

لـ: الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدراء التسويق.
- متخصصو التسويق الرقمي.
- أخصائيو العلامات التجارية.
- مدراء المنتجات.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- المحللون التجاريون.
- مدراء المبيعات.
- الموظفون في أقسام تطوير الأعمال.
- طلاب التسويق وإدارة الأعمال.
- الحديثة. أي شخص مهتم بتطوير مهاراته في استراتيجيات التسويق

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- القطاع الحكومي والهيئات شبه الحكومية.
- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- القطاع المصرفي والخدمات المالية.
- قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات.
- قطاع الخدمات الاستشارية والمهنية.
- قطاع الضيافة والسياحة.
- قطاع التعليم والتدريب.
- القطاع الصحي.
- قطاع العقارات.
- قطاع التصنيع.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق.
- إدارة المبيعات.
- إدارة تطوير الأعمال.
- إدارة العلامات التجارية.
- إدارة المنتجات.
- إدارة الاتصال المؤسسي.
- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة التحليلات والبيانات.
- إدارة الابتكار.
- الإدارة العليا.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- سياقات الأعمال المختلفة. تحليل عناصر المزيج التسويقي الـ ٧ Ps وتطبيقها في
- على فهم عميق للسوق والعملاء. تطوير استراتيجيات تسويقية شاملة ومتكاملة بناءً
- وانتشار. بناء خطط تسويقية رقمية فعالة تضمن تحقيق أقصى وصول
- والأشخاص والدليل المادي. تحسين تجربة العملاء من خلال فهم أعمق للعمليات
- القرارات المبنية على البيانات. قياس وتحليل أداء الحملات التسويقية واتخاذ
- وخدمات تلبي احتياجات السوق. تحديد الفرص التسويقية الجديدة وتصميم منتجات
- التسويق. تطوير مهارات التفكير النقدي والتحليلي في مجال
- الجمهور المختلفة. صياغة رسائل تسويقية مقنعة وجذابة تستهدف شرائح
- والاستفادة من التغيرات التكنولوجية. التعامل بفعالية مع التحديات التسويقية المعاصرة
- الديناميكية. بناء ميزة تنافسية مستدامة للمؤسسة في بيئة الأعمال

منهجية الدورة التدريبية:

لضمان أقصى الدورة التدريبية على مقاربة تفاعلية وشاملة، تجمع تعتمد منهجية BIG BEN Training Center في هذه للمزيج التسويقي ومفاهيم استفادة للمشاركين. تبدأ كل وحدة بمقدمة مفاهيمية بين الأسس النظرية والتطبيق العملي، في هذا المجال. تلي ذلك جلسات نقاش التسويق الرقمي، مع التركيز على أحدث الاتجاهات تستعرض المبادئ الأساسية مما يعزز من الفهم الجماعي للمادة التدريبية. يتم جماعي تشجع المشاركين على تبادل الأفكار والخبرات، وأفضل الممارسات التسويقية المعقدة، حيث يتم تحليل سيناريوهات أعمال حقيقية وتطبيق التركيز بشكل كبير على دراسات الحالة الواقعية، بيئات عملهم. تشمل الدورة أيضًا ورش عمل مما يمنح المشاركين رؤى عملية قابلة للتطبيق المفاهيم النظرية لحل المشكلات راجعة تسويقية متكاملة، وصياغة رسائل تسويقية، وتصميم تفاعلية وتمارين عملية تتيح للمشاركين بناء خطط الفوري في مهاراتهم بشكل مستمر. بناءة ومستمرة من المدربين الخبراء، مما يساعد على استراتيجيات وصول رقمي. يتم تقديم تغذية اللازمة ليصبحوا متخصصين متميزين تهدف هذه المنهجية إلى تمكين المشاركين من اكتساب تحسين أداء المشاركين وتطوير في مجال التسويق المتكامل والوصول الرقمي الفعال. المعرفة والمهارات

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات المزيج التسويقي الممتد (٧Ps)

- مفهوم المزيج التسويقي وتطوره.
- الحديثة. أهمية عناصر الـ ٧ Ps في استراتيجيات التسويق
- المنتج (:(Product تطوير المنتجات والخدمات.
- السعر (:(Price استراتيجيات التسعير وتأثيرها.
- المكان (:(Place قنوات التوزيع والوصول للعملاء.
- التسويقي المتكامل. الترويج (:(Promotion استراتيجيات الاتصال
- تحليل البيئة التسويقية وتأثيرها على الـ ٧Ps.

في التسويق المتكامل الوحدة الثانية: الأشخاص والعمليات والدليل المادي

- تقديم القيمة. الأشخاص (:(People دور الموظفين والعملاء في
- تطوير الكفاءات التسويقية وبناء فرق عمل فعالة.
- الخدمة. العمليات (:(Processes تصميم وتحسين عمليات تقديم
- أتمتة العمليات التسويقية ودور التكنولوجيا.
- المادية والعلامة التجارية. الدليل المادي (:(Physical Evidence البيئة
- بناء الثقة والمصداقية من خلال الدليل المادي.
- تكامل الـ ٧ Ps لتحقيق تجربة عملاء مميزة.

الوحدة الثالثة: استراتيجيات التحسين والوصول الرقمي

- مقدمة في التسويق الرقمي.
- فهم خوارزميات محركات البحث.
- تحليل الكلمات المفتاحية وبناء قوائم كلمات مفتاحية فعالة.
- تحسين المحتوى للمنصات الرقمية.
- بناء الروابط (Link Building) وأهميتها.
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- إدارة السمعة الرقمية.

الوحدة الرابعة: التسويق بالمحتوى وقياس الأداء

- استراتيجيات التسويق بالمحتوى: التخطيط والإنشاء.
- أنواع المحتوى الرقمي وأساليب التوزيع.
- قياس أداء المحتوى وتأثيره على الوصول.
- تحليل بيانات التسويق الرقمي.
- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في التسويق.
- أدوات تحليل الويب وتتبع الحملات.
- إعداد التقارير التسويقية وصناعة القرار.

الوحدة الخامسة: تطبيق عملي ودراسات حالة متقدمة

- ورشة عمل: بناء خطة تسويق متكاملة باستخدام الـ KPIs.
- دراسات حالة متقدمة في التحسين والوصول الرقمي.
- تحديات التسويق الرقمي وحلولها المبتكرة.
- الاتجاهات المستقبلية في المزيج التسويقي.
- أخلاقيات التسويق الرقمي والمسؤولية الاجتماعية.
- جلسة نقاش مفتوحة وتغذية راجعة.
- خلاصة الدورة وتطبيقاتها العملية.

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:

التحديات المالية كل عنصر من عناصر المزيج التسويقي الـ ٧ Ps بذكاء كيف يمكن للمنظمات ذات الموارد المحدودة أن تستغل

والتنافسية؟ لتحقيق أقصى وصول رقمي، متجاوزةً

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

(PsV) وبين أحدث استراتيجيات العملي، الذي يربط بين الأطر النظرية للمزيج تتميز هذه الدورة التدريبية بنهجها الأكاديمي

شاملاً ومتعمقًا لكيفية بناء استراتيجيات تسويقية التحسين والوصول الرقمي، مما يوفر للمشاركين فهمًا التسويقي الممتد

الفوري، مستندة على الجانب النظري أو الأدوات التقنية، تقدم هذه متكاملة وفعالة. على عكس الدورات التي تركز فقط

يركز BIG BEN Training Center على إلى دراسات حالة واقعية وأمثلة ملموسة من مختلف الدورة رؤى عملية قابلة للتطبيق

لا تكتفي والتحليلي، مما يمكنهم من اتخاذ قرارات تسويقية تمكين المشاركين من تطوير مهارات التفكير النقدي الصناعات.

وتصميم المنتجات، ووضع الدورة بتقديم المعلومات، بل تسعى إلى بناء قدرات مستنيرة وابتكار حلول للتحديات المعقدة.

مع التركيز بشكل خاص على كيفية استراتيجيات التسعير، وتحسين قنوات التوزيع، وتفعيل حقيقية في تحليل السوق،

استثنائية. هذه الدورة هي رحلة تعليمية مكثفة توظيف ذلك كله لتحقيق أقصى انتشار رقمي وتجربة التواصل التسويقي،

قادرين على قيادة التحول الرقمي في مؤسساتهم. تهدف إلى تحويل المشاركين إلى قادة تسويقيين عملاء