



الدورة التدريبية: بناء الحملات التسويقية المتكاملة في العصر الرقمي الحديث

#MAR2337

# الدورة التدريبية: بناء الحملات التسويقية المتكاملة في العصر الرقمي الحديث

## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

تُعد الحملات التسويقية المتكاملة حجر الزاوية في نجاح أي مؤسسة تسعى لتعزيز حضورها في المشهد الرقمي المعاصر. هذه الدورة التدريبية الشاملة من BIG BEN Training Center تأخذ المشاركين في رحلة معمقة لاستكشاف أبعاد التخطيط والتنفيذ والتحليل للحملات التسويقية المتكاملة. بدءاً من فهم سلوك المستهلك الرقمي وتحديد الأهداف التسويقية الذكية، مروراً باختيار القنوات التسويقية المناسبة مثل التسويق بالمحتوى، التسويق عبر البريد الإلكتروني، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلانات المدفوعة، والتسويق المؤثر. تتناول الدورة أيضاً كيفية بناء رسالة تسويقية موحدة ومتسقة عبر جميع نقاط الاتصال، لضمان تجربة عميل سلسة ومؤثرة. تُسلط الضوء على أهمية تحليل البيانات وقياس الأداء لضمان تحقيق أقصى عائد على الاستثمار (ROI)، وتحديد فرص التحسين المستمر. يتفق البروفيسور فيليب كوتلر (Philip Kotler)، أحد أبرز رواد التسويق الحديث، على أن التكامل التسويقي ليس مجرد تكتيك، بل هو ضرورة استراتيجية للعلامات التجارية في بيئة الأعمال التنافسية اليوم. هذه الدورة تُقدم رؤى عملية وتطبيقية لمواجهة تحديات التسويق الرقمي وبناء حملات ناجحة تدفع النمو والولاء للعلامة التجارية..

## الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق.
- متخصصو التسويق الرقمي.
- أخصائيو العلامات التجارية.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- المسؤولون عن تطوير الأعمال.
- طلاب التسويق والإدارة الذين يسعون لتعميق معرفتهم.
- كل من يرغب في فهم أعمق لـ تخطيط الحملات التسويقية المتكاملة.

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- قطاع الخدمات المالية والبنوك.
- قطاع العقارات والبناء.
- قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.
- قطاع الرعاية الصحية والصيدلانية.
- الجهات الحكومية والهيئات شبه الحكومية والمؤسسات غير الربحية.
- قطاع التعليم والتدريب.
- قطاع الضيافة والسياحة.

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- قسم التسويق.
- قسم المبيعات.
- قسم تطوير الأعمال.
- قسم الاتصال المؤسسي.
- قسم خدمة العملاء.
- قسم إدارة المنتجات.
- قسم التحليلات والبيانات.

## أهداف الدورة التدريبية:

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

- وضع استراتيجيات متكاملة ل الحملات التسويقية.
- تحديد الجمهور المستهدف بدقة وفعالية.
- اختيار القنوات التسويقية الرقمية الأنسب لكل حملة.
- تصميم رسائل تسويقية جذابة وموحدة.
- تحليل بيانات الحملات التسويقية وقياس عائد الاستثمار.
- تحسين أداء الحملات التسويقية بشكل مستمر.
- إدارة ميزانيات التسويق بفعالية.
- دمج التسويق بالمحتوى مع الإعلانات المدفوعة.
- استخدام أدوات التسويق عبر البريد الإلكتروني.
- بناء استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- فهم أهمية تخطيط الحملات التسويقية المتكاملة.

## منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة التدريبية منهجية تدريبية تفاعلية وشاملة، تجمع بين النظرية والتطبيق العملي لضمان أقصى استفادة للمشاركين. تتضمن المنهجية عروضاً تقديمية غنية بالمعلومات، يليها تحليل شامل ل دراسات حالة واقعية لحملات تسويقية ناجحة وفاشلة، مما يتيح للمشاركين فهم التحديات والفرص في بيئة الأعمال الحقيقية. تُشجع الدورة على العمل الجماعي والمناقشات المفتوحة، حيث يتم تقسيم المشاركين إلى مجموعات لحل تحديات تسويقية محددة وتطوير خطط حملات متكاملة، مما يعزز من قدراتهم على التفكير النقدي وحل المشكلات. كما تتضمن الدورة جلسات تفاعلية مكثفة وورش عمل تطبيقية تتيح للمشاركين تطبيق المفاهيم المكتسبة بشكل مباشر، مع الحصول على تغذية راجعة فورية من المدرب والزملاء. تُركز المنهجية أيضاً على الاستفادة من أحدث الاتجاهات في التسويق الرقمي وأفضل الممارسات في تخطيط الحملات التسويقية المتكاملة، لضمان حصول المشاركين على معلومات حديثة وعملية يمكنهم تطبيقها فوراً في بيئات عملهم. يتم تشجيع المشاركة النشطة وطرح الأسئلة لتعميق الفهم وبناء شبكة علاقات مهنية قوية.

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

### الوحدة الأولى: أساسيات الحملات التسويقية المتكاملة.

- تعريف الحملات التسويقية المتكاملة وأهميتها في العصر الرقمي.
- مراحل تخطيط الحملة التسويقية.
- تحديد الأهداف التسويقية الذكية (SMART).
- فهم سلوك المستهلك الرقمي والرحلة الشرائية.
- تحليل البيئة التسويقية (SWOT).
- تحديد الميزانية وتوزيعها بفعالية.
- أهمية الاستراتيجيات التسويقية المتكاملة.

### الوحدة الثانية: التسويق بالمحتوى ووسائل التواصل الاجتماعي.

- بناء استراتيجية تسويق المحتوى.
- أنواع المحتوى التسويقي الفعال.
- التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي الرئيسية.
- استخدام الإعلانات المدفوعة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- قياس أداء المحتوى وحملات التواصل الاجتماعي.
- التسويق بالمحتوى لتحقيق الأهداف.
- استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي الفعالة.

## الوحدة الثالثة: التسويق عبر البريد الإلكتروني والإعلانات المدفوعة.

- أفضل ممارسات التسويق عبر البريد الإلكتروني.
- بناء قوائم بريدية فعالة.
- تصميم حملات بريدية جذابة.
- مبادئ الإعلان المدفوع (PPC).
- استخدام محركات البحث للتسويق (SEM).
- تحليل بيانات حملات البريد الإلكتروني والإعلانات المدفوعة.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني لزيادة المبيعات.
- الإعلانات المدفوعة لتحقيق الانتشار.

## الوحدة الرابعة: التسويق المؤثر والعلاقات العامة الرقمية.

- مفهوم التسويق المؤثر وأهميته.
- اختيار المؤثرين المناسبين للحملات.
- إدارة حملات التسويق المؤثر.
- بناء علاقات عامة رقمية قوية.
- إدارة السمعة الرقمية للعلامة التجارية.
- التسويق المؤثر لتعزيز المصداقية.
- أهمية العلاقات العامة الرقمية.

## الوحدة الخامسة: قياس وتحليل أداء الحملات التسويقية.

- أدوات قياس وتحليل أداء الحملات.
- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للحملات التسويقية.
- تحليل بيانات الحملات وتحديد فرص التحسين.
- حساب عائد الاستثمار (ROI) للحملات.
- بناء تقارير الأداء وتقديم التوصيات.
- تحليل الحملات التسويقية للتحسين المستمر.
- قياس أداء التسويق الرقمي.

## الأسئلة المتكررة:

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

لا توجد شروط مسبقة.

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

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20-25 ساعة تدريبية.

## سؤال للتأمل:

في ظل التطور المتسارع للتكنولوجيا الرقمية وظهور قنوات تسويقية جديدة باستمرار، كيف يمكن للمسوقين الحفاظ على استراتيجية تسويقية متكاملة ومرنة في آن واحد لضمان استمرارية فعاليتها على المدى الطويل؟

## ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التي يقدمها BIG BEN Training Center بمنهجها الشمولي والعملي في تناول بناء الحملات التسويقية المتكاملة في العصر الرقمي الحديث، حيث لا تقتصر على تقديم المعرفة النظرية فحسب، بل تركز بشكل كبير على التطبيق العملي والرؤى القابلة للتنفيذ. تُقدم الدورة دراسات حالة مستوحاة من الواقع، مما يتيح للمشاركين فهم التحديات الحقيقية وكيفية التغلب عليها، بدلاً من الاعتماد على الأدوات التقنية فقط. نُركز على تطوير الفهم العميق لـ تخطيط الحملات التسويقية من الألف إلى الياء، بدءاً من تحديد الجمهور المستهدف بدقة، مروراً بتصميم رسائل تسويقية مؤثرة وموحدة عبر مختلف القنوات، وصولاً إلى تحليل الأداء وقياس عائد الاستثمار. تُسهم هذه الدورة في بناء قدرات المتدربين على دمج الاستراتيجيات التسويقية المختلفة، مثل التسويق بالمحتوى، والتسويق عبر البريد الإلكتروني، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات المدفوعة، في خطة عمل واحدة متناسقة وفعالة. كما تتميز الدورة بالتركيز على التفكير الاستراتيجي وبناء حملات ليست مجرد مجموعة من التكتيكات، بل هي جزء لا يتجزأ من رؤية تسويقية أوسع، مما يضمن تحقيق أهداف العمل على المدى الطويل، وليس فقط النجاح المؤقت.