التدريبية: بناء العلامة التجارية الشخصية

للمسوقين المستقلين والمحترفين الدورة

ابريل - ٠١ مايو ٢٠٢٦ ٢٧

مدريد

(للشخص الواحد) ٥٧٠٠ €

Ref: #MAR6418_198349

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

هذه الدورة التدريبية التجارية الشخصية للمسوق المستقل والمحترف ركيزة في عالم الأعمال المتسارع اليوم، أصبحت العلامة شخصية قوية ومؤثرة، بدءًا من تحديد الهوية الفريدة الشاملة تقدم دليلاً متكاملاً لإنشاء علامة تجارية أساسية للنجاح والتميز. رؤيتهم المهنية إلى قيمة المشاركون من فهم آليات بناء العلامة التجارية وصولاً إلى استراتيجيات التسويق الفعالة. سيتمكن وصياغة الرسالة التسويقية، وإنشاء ملموسة. تستعرض الدورة مفاهيم مثل تحديد الجمهور الشخصية، وكيفية ترجمة شبكة مهنية ستتعلم استراتيجيات التواجد الرقمي الفعال، وكيفية المحتوى الجذاب الذي يعزز المصداقية والتأثير. المستهدف، الجمهور، وكيفية تحويل قوية. كما سيتم التطرق إلى أهمية سرد القصص الشخصية استغلال قنوات التواصل الاجتماعي لبناء بتقديم محتوى تدريبي يواكب BEN Training Center الخبرات والمهارات إلى ميزة تنافسية. يلتزم BIG في بناء رابط عاطفي مع للمسوقين المستقلين الشخصية، مستفيدًا من أفضل الممارسات العالمية. أحدث التطورات في مجال بناء العلامة التجارية وتحقيق النمو المهني المستدام. تُقدم والمحترفين لتعزيز مكانتهم في السوق، وجذب المزيد تُعد هذه الدورة فرصة فريدة في مجال المجال، مثل البروفيسور ديفيد أكر (David Aaker)، الدورة رؤى مستوحاة من أعمال كبار الخبراء في هذا من الفرص، النجاح في عالم يتطلب التميز والتفرد. استراتيجية العلامات التجارية. تُقدم الدورة مفاتيح الذي يُعتبر أحد أبرز رواد الفكر

لـ: الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- المسوقين المستقلين.
- المسوقين الرقميين.
- المتخصصين في التسويق.
- مديري العلامات التجارية.
- رواد الأعمال.
- المستشارين التسويقيين.
- أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- الخريجين الجدد في تخصصات التسويق وإدارة الأعمال.
- المهنيين الذين يسعون لتعزيز مكانتهم المهنية.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التسويق والإعلان.
- صناعة الخدمات الاستشارية.
- قطاع التكنولوجيا والابتكار.
- صناعة الإعلام والنشر الرقمي.
- القطاع التعليمي والتدريب.
- صناعة التجارة الإلكترونية.
- القطاع الحكومي والهيئات العامة.
- قطاع الشركات الناشئة.
- صناعة المحتوى الرقمي.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارات التسويق.
- أقسام العلاقات العامة.
- وحدات تطوير الأعمال.
- أقسام الموارد البشرية (لتطوير الموظفين).
- إدارات الاتصال المؤسسي.
- وحدات الابتكار والبحث والتطوير.
- أقسام المبيعات.
- وحدات التدريب والتطوير.
- إدارات الاستراتيجية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- التجارية الشخصية.ا تحديد القيمة الفريدة وعناصر التمايز في العلامة
- ومؤثر.ا صياغة رسالة العلامة التجارية الشخصية بشكل جذاب
- الرقمي.ا بناء استراتيجية محتوى متكاملة لتعزيز التواجد
- العلامة التجارية.ا استخدام منصات التواصل الاجتماعي بفعالية لبناء
- تطوير مهارات التواصل والعرض لبناء المصداقية.ا
- إدارة السمعة الرقمية والحفاظ على صورة إيجابية.ا
- مربحة.ا تحويل الخبرات والمهارات الشخصية إلى فرص عمل
- الرسائل.ا تحليل وتحديد الجمهور المستهدف بدقة لاستهداف
- بناء شبكة علاقات مهنية قوية تدعم النمو.ا
- قياس أثر جهود بناء العلامة التجارية الشخصية.ا

منهجية الدورة التدريبية:ا

النظرية والتطبيق وشاملة تضمن أقصى استفادة للمشاركين. يتم تصميم تعتمد هذه الدورة التدريبية على منهجية تفاعلية للتطبيق مباشرة. تتضمن المنهجية ورش العملي، مما يسمح للمتدربين بتحويل المفاهيم إلى المحتوى ليجمع بين المعرفة شركات ناجحة الخاصة لبناء علامتهم التجارية الشخصية. يتم عمل تطبيقية تتيح للمشاركين العمل على مشاريعهم مهارات قابلة الدروس المستفادة. يشجعBIG ومسوقين مستقلين بارزين، لتحليل استراتيجياتهم استخدام دراسات الحالة الواقعية من الخبرات بين المشاركين من خلال جلسات المناقشة على العمل الجماعي وتبادل BEN Training Center وتكتيكاتهم، واستخلاص على تحسين مسارهم. منتظمة، حيث يتلقى المشاركون تقييمًا بناءً على التفاعلية والعصف الذهني. تُعقد جلسات تغذية راجعة والتمارين العملية، والمناقشات المفتوحة تدمج الدورة بين العروض التقديمية، والأنشطة تقدمهم وأدائهم، مما يساعدهم علامة تطوير التفكير النقدي والقدرة على حل المشكلات، لتعزيز الفهم العميق للمفاهيم. تركز المنهجية على التفاعلية، تجارية شخصية فريدة تتناسب مع أهدافهم المهنية. وتمكين المشاركين من ابتكار استراتيجيات

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: فهم أسس العلامة التجارية الشخصية

- المستقل. مفهوم العلامة التجارية الشخصية وأهميتها للمسوق
- التجارية. تحديد الرؤية، الرسالة، والقيم الأساسية لعلامتك
- الشخصية. (SWOT) تحليل نقاط القوة، الضعف، الفرص، والتهديدات
- تحديد الجمهور المستهدف وتحديد احتياجاتهم.
- التميز والتفرد في سوق العمل التنافسي.
- بناء المصداقية والثقة كخبير في مجالك.
- وكيفية تجنبها. الأخطاء الشائعة في بناء العلامة التجارية الشخصية

لعلامتك التجارية الوحدة الثانية: صياغة الهوية المرئية واللفظية

- تصميم شعار شخصي جذاب وهادف.
- اختيار الألوان والخطوط التي تعكس شخصيتك المهنية.
- صياغة السيرة الذاتية الاحترافية والملف التعريفي.
- الشخصية. كتابة المحتوى التسويقي الجذاب للعلامة التجارية
- نبرة الصوت وأسلوب التواصل الذي يميز علامتك.
- إنشاء قصة شخصية مؤثرة تلامس الجمهور.
- أهمية الاتساق في جميع قنوات التواصل.

الوحدة الثالثة: استراتيجيات التواجد الرقمي الفعال

- بناء موقع إلكتروني شخصي أو مدونة احترافية.
- (لينكد إن، تويتر، فيسبوك). تحسين ملفاتك الشخصية على منصات التواصل الاجتماعي
- التجارية. استراتيجيات التسويق بالمحتوى لتعزيز العلامة
- التسويق عبر الفيديو والبودكاست.
- مستدامة. التسويق عبر البريد الإلكتروني لبناء علاقات
- تحسين محركات البحث لمحتواك الشخصي.
- مراقبة وتحليل أداء تواجدك الرقمي.

الوحدة الرابعة: بناء الشبكات والعلاقات المهنية

- أهمية التواصل الفعال في بناء العلامة التجارية.
- استراتيجيات حضور الفعاليات والمؤتمرات المهنية.
- كيفية بناء علاقات قوية مع المؤثرين والخبراء.
- المشاركة في المجتمعات المهنية والمنتديات.
- تطوير مهارات العرض التقديمي والتحدث أمام الجمهور.
- علامتك. استغلال الشبكات الاجتماعية لبناء مجتمع حول
- تقديم القيمة للآخرين كاستراتيجية لبناء العلاقات.

للعلامة التجارية الوحدة الخامسة: قياس الأداء والتطوير المستمر

- الشخصية. مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لعلامتك التجارية
- الحصول على التغذية الراجعة واستخدامها للتطوير.
- التجارية. التعامل مع الانتقادات والتحديات في بناء العلامة
- التكيف مع التغيرات في السوق والجمهور.
- التطوير المهني المستمر واكتساب مهارات جديدة.
- استراتيجيات الحفاظ على الزخم والتأثير.
- التجارية. التحلي بالمرونة والابتكار في مسيرة بناء العلامة

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:

المتزايدة؟ التجارية الشخصية وصدقيتها في ظل التغيرات السريعة كيف يمكن للمسوق المستقل أن يحافظ على جوهر علامته

لمتطلبات السوق الرقمي وتوقعات الجمهور

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

والمحترفين، مقدمةً رؤى عملية والشامل على بناء العلامة التجارية الشخصية تتميز هذه الدورة التدريبية بتركيزها العميق الجوانب النظرية المستقاة من أبرز المراجع في ومفاهيم أكاديمية راسخة. ما يجعلها فريدة هو دمجها للمسوقين المستقلين بتقديم المعلومات، بل يمكّن المشاركين من صياغة وتنفيذ استراتيجياتهم مجال العلامات التجارية، والتطبيق العملي الذي بين المتدربين، لتمكينهم من تحديد قيمهم الفريدة تركز على تنمية القدرات التحليلية والإبداعية لدى الخاصة. لا تكتفي الدورة التقنية البحتة، بالواقعية، حيث يقدم أمثلة عملية ودراسات حالة من وتحويلها إلى ميزة تنافسية حقيقية. يتميز المحتوى التكنولوجيا. تُقدم الدورة منهجية متكاملة مع التركيز على المهارات الأساسية التي لا تتغير السوق الفعلي، بعيدًا عن الأدوات في بناء العلامة والتطوير المستمر، مما يضمن حصول المشاركين على تبدأ من تحديد الهوية وصولا إلى قياس الأداء بتغير خبراء في المجال وتبادل الخبرات، مما يعزز من التجارية. كما تتيح الفرصة للمشاركين للتفاعل مع خارطة طريق واضحة لرحلتهم فاعلية التعلم ويفتح آفاقًا جديدة للتفكير.