الدورة التدريبية: التسويق الرقمي وإدارة العلاقات العامة للمطارات



21 - 25 ديسمبر 2026
طوكيو
5800 € (للشخص الواحد)
Ref: #AIR7220_360916

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

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

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:

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

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.

الوحدة الخامسة: مستقبل التسويق والعلاقات العامة للمطارات.

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

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:

كيف يمكن للمطارات أن تستخدم أدوات التسويق الرقمي المتقدمة لبناء علاقة شخصية وفريدة مع كل مسافر على حدة، مع الحفاظ على خصوصية بياناته وأمن معلوماته في بيئة شديدة التنظيم؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

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