الدورة التدريبية: تسويق الفعاليات الترفيهية رقميًا وقياس العائد على الاستثمار لضمان النجاح



23 - 27 نوفمبر 2026
برلين
5800 € (للشخص الواحد)
Ref: #EL5266_346017

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

لم يعد تسويق الفعاليات الترفيهية يقتصر على الطرق التقليدية، بل أصبح يعتمد بشكل كبير على الأدوات الرقمية لتحقيق وصول أوسع ونتائج قابلة للقياس. يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة المتخصصة التي تهدف إلى تمكين المشاركين من تصميم وتنفيذ استراتيجيات تسويق رقمي فعالة للفعاليات الترفيهية، مع التركيز على قياس العائد على الاستثمار. سنتعلم كيفية استخدام منصات التواصل الاجتماعي، والإعلانات المدفوعة، والمحتوى الجذاب لزيادة الوعي بالفعالية وجذب الجمهور المستهدف. تغطي الدورة كافة الجوانب، بدءًا من تحديد الجمهور، مرورًا ببناء استراتيجية رقمية، وصولًا إلى تحليل البيانات وقياس الأداء. تستند الدورة إلى رؤى أكاديمية من الخبير في التسويق الرقمي، الدكتور فيليب كوتلر Philip Kotler، الذي يؤكد في كتابه "Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital" أن النجاح في العصر الرقمي يتطلب فهمًا عميقًا لكيفية تفاعل العملاء مع المحتوى عبر الإنترنت.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو التسويق الرقمي.
- المديرون التنفيذيون للفعاليات.
- المتخصصون في العلاقات العامة.
- رواد الأعمال في القطاع الترفيهي.
- مسؤولو التسويق في الفنادق والمنتجعات.
- الموظفون في الهيئات الحكومية المعنية بالفعاليات.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع السياحة والترفيه.
- شركات تنظيم المؤتمرات والمعارض.
- شركات الإنتاج الفني والإعلام.
- المنشآت الرياضية الكبرى.
- الجهات الحكومية وما في حكمها.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- التسويق.
- العلاقات العامة.
- إدارة الفعاليات.
- التخطيط الاستراتيجي.
- الإدارة التنفيذية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- وضع استراتيجية تسويق رقمي شاملة للفعاليات.
- استخدام منصات التواصل الاجتماعي بفعالية.
- تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلانية المدفوعة.
- إنشاء محتوى جذاب ومؤثر.
- قياس العائد على الاستثمار (ROI) للحملات التسويقية.
- تحليل بيانات الجمهور وتوجيه الحملات.
- الاستفادة من المؤثرين لزيادة الوعي بالفعالية.

منهجية الدورة التدريبية:

يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة بمنهجية عملية وتفاعلية تعتمد على ورش عمل ومحاكاة لمشاريع تسويقية حقيقية. سيعمل المشاركون في فرق لتصميم وتنفيذ حملة تسويقية رقمية لفعالية افتراضية، بدءًا من تحديد الجمهور وصولًا إلى تحليل النتائج. ستشمل المنهجية دراسات حالة لحملات تسويقية ناجحة وفاشلة، بالإضافة إلى جلسات عصف ذهني لتوليد أفكار مبتكرة. سيتم التركيز على استخدام أدوات التحليل لقياس أداء الحملات، مما يضمن أن يكتسب المتدربون القدرة على التفكير بأسلوب استراتيجي وتحليلي في آن واحد.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات التسويق الرقمي للفعاليات

- مفهوم التسويق الرقمي.
- رحلة العميل الرقمية في الفعاليات.
- تحديد الجمهور المستهدف.
- بناء هوية مرئية متكاملة.
- كتابة المحتوى التسويقي الجذاب.
- بناء خطة تسويق رقمي.
- تطبيق عملي على صياغة خطة تسويقية.

الوحدة الثانية: استراتيجيات التسويق عبر المنصات الرقمية

- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- إدارة الحملات الإعلانية المدفوعة.
- التسويق بالمحتوى.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني.
- استخدام المؤثرين.
- الشراكات الاستراتيجية.
- ورشة عمل حول إدارة حملة إعلانية.

الوحدة الثالثة: قياس الأداء وتحليل البيانات

- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs).
- أدوات التحليل الرقمي.
- قياس العائد على الاستثمار (ROI).
- تحليل سلوك الجمهور.
- تقييم أداء الحملات.
- إعداد التقارير.
- تطبيق عملي على تحليل بيانات حملة.

الوحدة الرابعة: تكنولوجيا التسويق وتطبيقاتها

- الذكاء الاصطناعي في التسويق.
- الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR).
- استخدام الـ Chatbots.
- التسويق عبر الفيديو.
- استخدام أدوات الأتمتة.
- بناء تجربة مستخدم فريدة.
- تطبيق عملي على استخدام الأدوات الرقمية.

الوحدة الخامسة: الاتجاهات المستقبلية والتحسين المستمر

- التسويق عبر الميتافيرس.
- التحسين المستمر للحملات.
- بناء علاقات دائمة مع الجمهور.
- أخلاقيات التسويق الرقمي.
- التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية.
- بناء مجتمع حول الفعالية.
- جلسة نقاش حول مستقبل التسويق.

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 عالم يغمره المحتوى الرقمي والإعلانات، كيف يمكن للمسوقين أن يضمنوا أن تصل رسائلهم إلى الجمهور المستهدف، وأن تترك أثرًا حقيقيًا يدفعهم للمشاركة في الفعالية، بدلاً من أن تضيع في الضجيج الرقمي؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة بتركيزها على الجانب التحليلي لتسويق الفعاليات، وهو ما يضعها في مكانة فريدة. يدرك BIG BEN Training Center أن النجاح في التسويق الرقمي لا يقتصر على الإبداع، بل يعتمد بشكل أساسي على القدرة على قياس الأداء وتحليل البيانات. نركز على استراتيجيات عملية في تخطيط الحملات، واستخدام الأدوات التحليلية، وقياس العائد على الاستثمار، مما يمكنك من اتخاذ قرارات تسويقية مبنية على بيانات دقيقة. هذه الدورة هي استثمار في قدرتك على تحقيق أقصى استفادة من ميزانيتك التسويقية.