الدورة التدريبية: التسويق المؤسسي للخدمات العامة عبر منصات التواصل الاجتماعي لبناء الثقة والتفاعل



28 ديسمبر 2026 - 01 يناير 2027
الدار البيضاء
4500 € (للشخص الواحد)
Ref: #GOV3411_433285

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في العصر الرقمي، أصبح التواصل الفعال مع الجمهور أولوية قصوى للمؤسسات الحكومية والخدمية. لم يعد التسويق المؤسسي يقتصر على القطاع الخاص، بل أصبح أداة حيوية لتعزيز الشفافية والتفاعل وبناء الثقة مع المواطنين. هذه الدورة التدريبية من BIG BEN Training Center مصممة خصيصًا لتزويد المختصين في القطاع العام بالمهارات اللازمة لتصميم وتنفيذ استراتيجيات تسويق رقمي فعالة. سيتعلم المشاركون كيفية استخدام منصات التواصل الاجتماعي المختلفة للتواصل مع الجمهور، ونشر المعلومات المهمة، وإدارة الأزمات، وتحسين صورة المؤسسة. تعتمد الدورة على أحدث الممارسات في مجال التسويق الرقمي للقطاع العام، مستندة إلى أفكار أكاديميين بارزين مثل فيليب كوتلر (Philip Kotler)، الذي يعتبر الأب الروحي للتسويق الحديث ومؤلف كتاب Marketing Management. يرى كوتلر أن التسويق هو عملية اجتماعية وإدارية يكتسب الأفراد والمجموعات من خلالها ما يحتاجون إليه ويرغبون فيه. سيتعرف المشاركون على كيفية تطبيق هذه المبادئ في سياق الخدمات العامة، مما يمكنهم من بناء علاقات قوية ومستدامة مع الجمهور وتحقيق الأهداف المؤسسية بكفاءة.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مسؤولو العلاقات العامة والإعلام.
- المتخصصون في التسويق والاتصال المؤسسي.
- القيادات في الإدارات الحكومية.
- الموظفون في أقسام خدمة العملاء والمواطنين.
- المديرون في البلديات والمؤسسات الخدمية.
- مسؤولو المحتوى الرقمي.
- الخبراء الاستشاريون في الاتصال الحكومي.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الهيئات الحكومية على كافة المستويات.
- البلديات والإدارات المحلية.
- المؤسسات الخدمية العامة.
- الوزارات والهيئات التنظيمية.
- القطاع غير الربحي.
- الشركات المملوكة للدولة.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- أقسام التسويق الرقمي.
- إدارات خدمة العملاء والمواطنين.
- إدارات التحول الرقمي.
- أقسام التوعية والتثقيف.
- مراكز الإعلام الحكومي.
- إدارات التخطيط الاستراتيجي.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم مبادئ التسويق المؤسسي في القطاع العام.
- بناء استراتيجية فعالة للاتصال عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- إنشاء محتوى جذاب ومتناسب مع الجمهور المستهدف.
- إدارة الحملات التوعوية والرقمية.
- تحليل البيانات وقياس أثر التسويق الرقمي.
- بناء الثقة والتفاعل مع الجمهور.
- التعامل مع الأزمات والتفاعلات السلبية عبر الإنترنت.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center منهجية تدريبية تجمع بين الأطر النظرية والتطبيق العملي. يتم تقديم المفاهيم الأساسية للتسويق المؤسسي الرقمي من خلال عروض تقديمية واضحة، يليها تطبيق مباشر من خلال دراسات حالة واقعية لحملات حكومية ناجحة وفاشلة. يشارك المتدربون في ورش عمل للعمل الجماعي حيث يقومون بتصميم خطة تسويق رقمي لمبادرة حكومية معينة، مع تحديد الجمهور المستهدف وأهداف الحملة. يتم التركيز على الجلسات التفاعلية لتبادل الخبرات والتحديات التي يواجهونها في عملهم اليومي. يقدم المدربون الخبراء تغذية راجعة مستمرة لضمان أن المشاركين يطورون فهمًا شاملاً لآليات التسويق عبر التواصل الاجتماعي. هذه المنهجية تضمن أن المشاركين لا يكتسبون المعرفة النظرية فحسب، بل يطورون أيضًا القدرة على تطبيق هذه المهارات بفعالية لتحقيق أهداف مؤسساتهم.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات التسويق المؤسسي الرقمي

- مقدمة إلى التسويق المؤسسي للخدمات العامة.
- أهمية منصات التواصل الاجتماعي في القطاع العام.
- الفرق بين التسويق التجاري والحكومي.
- بناء استراتيجية تسويق رقمي متكاملة.
- تحديد الأهداف والجمهور المستهدف.
- تحليل SWOT للمؤسسة.
- أمثلة على حملات تسويقية حكومية ناجحة.

الوحدة الثانية: بناء المحتوى الجذاب

- أنواع المحتوى المناسب للمنصات التواصل الاجتماعي.
- أسس كتابة المحتوى الإبداعي.
- تصميم المحتوى المرئي (إنفوجرافيك، فيديو، صور).
- تكييف المحتوى مع كل منصة (X, Facebook, LinkedIn).
- بناء التقويم التحريري.
- استراتيجيات بناء التفاعل مع الجمهور.
- ورشة عمل: بناء خطة محتوى لمؤسسة خدمية.

الوحدة الثالثة: إدارة الحملات والإعلانات

- مراحل إطلاق الحملات الرقمية.
- إدارة الحملات التوعوية والإعلامية.
- مفهوم الإعلان الممول (Paid Advertising).
- أساسيات استهداف الجمهور.
- ميزانية الحملات الرقمية.
- مراقبة الأداء وتحسينه.
- دراسة حالة: حملة توعوية حكومية.

الوحدة الرابعة: قياس الأداء وإدارة الأزمات

- مؤشرات قياس أداء الحملات الرقمية.
- أدوات تحليل البيانات.
- التعامل مع التعليقات السلبية والشكاوى.
- بناء خطة للاستجابة للأزمات.
- الحفاظ على الثقة والشفافية.
- ورشة عمل: محاكاة أزمة على التواصل الاجتماعي.
- الاستماع الاجتماعي (Social Listening) وأهميته.

الوحدة الخامسة: تطبيقات متقدمة ومستقبل التسويق الحكومي

- أدوات إدارة منصات التواصل الاجتماعي.
- دمج التسويق الرقمي مع استراتيجية الاتصال الشاملة.
- استخدام المؤثرين في الحملات الحكومية.
- تحديات التسويق المؤسسي في القطاع العام.
- أفضل الممارسات الدولية.
- وضع خطة عمل لتطوير فريق التسويق.
- خطة عمل شخصية لتطبيق المهارات المكتسبة.

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 للمؤسسات الحكومية تحقيق التوازن بين الانفتاح على الجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي، والحفاظ على السرية والمهنية المطلوبة في عملها؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة بتركيزها المتخصص على التسويق المؤسسي للخدمات العامة، مما يجعلها مختلفة عن الدورات التي تستهدف القطاع الخاص. لا تقتصر الدورة على تعليمك كيفية استخدام منصات التواصل الاجتماعي، بل تركز على كيفية تكييف هذه الأدوات مع الأهداف والقيم الحكومية. من خلال دراسات الحالة والتمارين التفاعلية، سيكتسب المشاركون مهارات عملية لتصميم حملات تسويق رقمي تعزز الثقة والشفافية والتفاعل مع المواطنين. هذه الدورة هي استثمار حقيقي في بناء قدرات تواصل فعالة ومسؤولة، مما يساهم في تحسين صورة المؤسسة وتقديم خدمات أفضل للمجتمع.