الدورة التدريبية: بناء استراتيجيات التسويق بالبريد الإلكتروني المتقدمة وتحويل العملاء المحتملين



09 - 13 نوفمبر 2026
كيب تاون
4600 € (للشخص الواحد)
Ref: #MAR2368_417849

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

تُعد هذه الدورة التدريبية الشاملة من BIG BEN Training Center رحلة معرفية متعمقة في عالم التسويق بالبريد الإلكتروني، بدءًا من الأساسيات وصولاً إلى الاستراتيجيات المتقدمة التي تضمن بناء قوائم بريدية قوية وتحويل العملاء المحتملين بفاعلية. في عصر التحول الرقمي، أصبح التسويق بالبريد الإلكتروني أداة حيوية للوصول إلى الجمهور المستهدف وتعزيز العلاقات مع العملاء. تتناول هذه الدورة كيفية صياغة رسائل بريد إلكتروني مؤثرة، وتصميم حملات بريد إلكتروني جذابة، وتحليل أداء الحملات لتحقيق أقصى عائد على الاستثمار. سنتطرق إلى أحدث التكتيكات في بناء قوائم البريد الإلكتروني، مثل استغلال نماذج الاشتراك المحسّنة، وتقديم المحتوى القيم، وتنظيم المسابقات والحملات التحفيزية. كما سنركز على استراتيجيات تحويل العملاء المحتملين إلى عملاء دائمين من خلال أتمتة البريد الإلكتروني، وتخصيص الرسائل، وتقسيم الجماهير لزيادة معدلات التفاعل والمبيعات. سيتعلم المشاركون كيفية تجنب الوقوع في فلاتر البريد المزعج، وتحسين قابلية التسليم، وقياس مؤشرات الأداء الرئيسية للحملات. تستلهم الدورة مفاهيمها من أعمال خبراء التسويق الرقمي مثل سيث جودين (Seth Godin) الذي أكد مراراً على أهمية بناء "إذن التسويق" وتأسيس علاقات طويلة الأمد مع العملاء، وكريس بوج (Chris Brogan) الذي ركز على بناء المجتمعات عبر البريد الإلكتروني.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق.
- أخصائي التسويق الرقمي.
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الناشئة.
- مدراء المنتجات.
- مسؤولي المبيعات وتطوير الأعمال.
- أخصائي التسويق بالمحتوى.
- مدراء العلاقات العامة.
- كل من يرغب في تطوير مهاراته في التسويق بالبريد الإلكتروني.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- التجارة الإلكترونية.
- الخدمات المالية.
- التكنولوجيا والبرمجيات.
- التعليم والتدريب.
- الرعاية الصحية.
- الاستشارات والتطوير.
- الوكالات الإعلانية والتسويقية.
- العقارات.
- السياحة والضيافة.
- الجهات الحكومية والهيئات العامة.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- قسم التسويق.
- قسم المبيعات.
- قسم خدمة العملاء.
- قسم تطوير الأعمال.
- قسم الاتصال المؤسسي.
- قسم التسويق الرقمي.
- قسم التجارة الإلكترونية.
- قسم تحليل البيانات.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- صياغة استراتيجيات التسويق بالبريد الإلكتروني الفعالة.
- بناء وتنمية قوائم بريدية عالية الجودة.
- تصميم حملات بريد إلكتروني جذابة ومؤثرة.
- استخدام أدوات أتمتة التسويق بالبريد الإلكتروني.
- تحويل العملاء المحتملين إلى عملاء فعليين.
- تحليل وتقييم أداء حملات البريد الإلكتروني.
- تطبيق مبادئ التخصيص والتقسيم لتحسين الاستجابة.
- تجنب فلاتر البريد المزعج وتحسين قابلية التسليم.
- قياس مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في التسويق بالبريد الإلكتروني.
- تحسين معدلات الفتح والنقر والتحويل.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في تقديم هذه الدورة على منهجية تدريبية شاملة تجمع بين الجانب النظري والتطبيقي لضمان أقصى استفادة للمشاركين. تبدأ الدورة بشرح مفاهيم التسويق بالبريد الإلكتروني الأساسية وبناء قوائم العملاء، ثم تتدرج إلى المستويات المتقدمة مثل استراتيجيات التحويل وأتمتة الحملات. تتضمن المنهجية عروضًا تقديمية تفاعلية، وورش عمل تطبيقية مكثفة حيث يقوم المشاركون بتصميم وتنفيذ حملات بريد إلكتروني حقيقية. يتم تحليل دراسات حالة واقعية من صناعات مختلفة لتقديم رؤى عملية حول التحديات والحلول في التسويق بالبريد الإلكتروني. يشجع المدربون على العمل الجماعي وتبادل الخبرات بين المشاركين، مما يثري النقاش ويساعد في تطوير مهارات التفكير النقدي. يتم توفير تغذية راجعة مستمرة وموجهة لكل مشارك على حدة لضمان فهم عميق للمحتوى وقدرة على تطبيق المفاهيم المكتسبة. يتم التركيز على استخدام أدوات التسويق بالبريد الإلكتروني الشائعة وكيفية الاستفادة منها لتحقيق أقصى فاعلية في الحملات. تهدف هذه المنهجية إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة ليصبحوا خبراء في التسويق بالبريد الإلكتروني المتقدم.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات التسويق بالبريد الإلكتروني وأهميته.

- المفاهيم الأساسية للتسويق بالبريد الإلكتروني.
- أهمية التسويق بالبريد الإلكتروني في الاستراتيجية التسويقية المتكاملة.
- الفرق بين البريد الإلكتروني التسويقي والبريد العشوائي.
- المصطلحات الشائعة في التسويق بالبريد الإلكتروني.
- مزايا وعيوب التسويق بالبريد الإلكتروني.
- الأسس القانونية والأخلاقية للتسويق بالبريد الإلكتروني.
- أفضل الممارسات الأولية في التسويق بالبريد الإلكتروني.

الوحدة الثانية: بناء وتنمية قوائم البريد الإلكتروني.

- استراتيجيات بناء قوائم البريد الإلكتروني من الصفر.
- طرق جمع الاشتراكات بشكل قانوني وفعال.
- تصميم نماذج الاشتراك الجذابة والصفحات المقصودة.
- التحقق من صحة البريد الإلكتروني وتنظيف القوائم.
- تقنيات زيادة الاشتراكات مثل المغناطيس الرصاصي.
- أهمية جودة القائمة على الكمية.
- تجنب شراء القوائم ومخاطرها.

الوحدة الثالثة: تصميم وكتابة رسائل البريد الإلكتروني الفعالة.

- مبادئ تصميم رسائل البريد الإلكتروني الجذابة.
- عناصر البريد الإلكتروني الناجح: سطر الموضوع والمحتوى والدعوة للإجراء.
- كتابة محتوى البريد الإلكتروني المقنع والموجه.
- استخدام الصور ومقاطع الفيديو في البريد الإلكتروني.
- تحسين رسائل البريد الإلكتروني للأجهزة المحمولة.
- أمثلة على رسائل البريد الإلكتروني عالية التحويل.
- اختبار A/B لسطور الموضوع والمحتوى.

الوحدة الرابعة: أتمتة التسويق بالبريد الإلكتروني وتحويل العملاء.

- مفهوم أتمتة التسويق بالبريد الإلكتروني.
- تطوير سلاسل البريد الإلكتروني الآلية (التدفقات).
- رسائل البريد الإلكتروني الترحيبية وسلاسل البريد الإلكتروني المهملة.
- تقسيم الجمهور المستهدف لتخصيص الرسائل.
- تخصيص المحتوى بناءً على سلوك المستخدم.
- تحويل العملاء المحتملين إلى عملاء دائمين.
- استخدام التسويق بالبريد الإلكتروني في رحلة العميل.

الوحدة الخامسة: تحليل أداء حملات البريد الإلكتروني والتحسين المستمر.

- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في التسويق بالبريد الإلكتروني.
- كيفية قياس معدلات الفتح، النقر، والتحويل.
- أدوات تحليل بيانات البريد الإلكتروني.
- تحسين قابلية التسليم وتجنب فلاتر البريد المزعج.
- استراتيجيات إعادة استهداف المشتركين غير النشطين.
- تطبيق التغذية الراجعة لتحسين الحملات المستقبلية.
- بناء تقارير أداء شاملة.

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 لاستراتيجيات التسويق بالبريد الإلكتروني المتقدمة أن تحدث تحولًا جذريًا في نموذج عمل الشركات التقليدية غير الرقمية؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة من BIG BEN Training Center بنهجها الشامل والعملي، حيث لا تقتصر على تقديم المفاهيم النظرية فحسب، بل تركز على التطبيق العملي ودراسات الحالة الواقعية. نبتعد عن الأدوات المحددة ونركز على الاستراتيجيات الأساسية التي تبقى صالحة بغض النظر عن التغيرات في المنصات التقنية. تم تصميم المحتوى ليكون أكاديميًا وعمليًا في آن واحد، مما يوفر رؤى عميقة حول كيفية بناء قوائم بريدية عالية الجودة، وتحويل العملاء المحتملين، وأتمتة الحملات بفاعلية. نركز على فهم سلوك العملاء ورحلتهم، وكيف يمكن للتسويق بالبريد الإلكتروني أن يتكامل مع جوانب التسويق الأخرى لتحقيق أقصى عائد على الاستثمار. سيتم تزويد المتدربين بأمثلة عملية وقوالب قابلة للتطبيق الفوري، بالإضافة إلى فرصة لمناقشة تحدياتهم الخاصة مع خبراء في المجال. هذا التركيز على الاستراتيجية والتطبيق يميز الدورة ويجعلها استثمارًا قيمًا لأي فرد أو مؤسسة تسعى لتعزيز حضورها الرقمي ومضاعفة مبيعاتها عبر التسويق بالبريد الإلكتروني.