الدورة التدريبية: استراتيجيات التسويق بالواقع الافتراضي والمعزز - بناء المستقبل الرقمي للعلامات التجارية



09 - 13 نوفمبر 2026
جينف
5900 € (للشخص الواحد)
Ref: #MAR3833_312293

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في عالم يتسارع فيه التطور التكنولوجي، أصبح التسويق بالواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) محركًا رئيسيًا للابتكار، ويقدم فرصًا غير مسبوقة للعلامات التجارية للتفاعل مع جمهورها بطرق غامرة ومبتكرة. هذه الدورة التدريبية الشاملة من BIG BEN Training Center مصممة خصيصًا لتزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لاستغلال قوة هذه التقنيات الناشئة في بناء استراتيجيات تسويقية فعالة. سيتعمق المشاركون في فهم الأسس النظرية والتطبيقات العملية للتسويق الغامر، بدءًا من تصميم تجارب الواقع الافتراضي التفاعلية ووصولًا إلى دمج حلول الواقع المعزز في الحملات التسويقية اليومية. سنتناول الجوانب النفسية لسلوك المستهلك في البيئات الافتراضية، وكيفية قياس العائد على الاستثمار (ROI) في حملات الواقع الافتراضي والمعزز. يستكشف البرنامج أيضًا التحديات والفرص المرتبطة بتبني هذه التقنيات، مع التركيز على أخلاقيات التسويق الرقمي وخصوصية البيانات في عالم الواقع الممتد. سنناقش رؤى خبراء مثل البروفيسور جيريمي بيلنسون (Jeremy Bailenson) من جامعة ستانفورد، وهو رائد في مجال الواقع الافتراضي وتأثيراته السلوكية، وكيف يمكن لعمله أن يلهم استراتيجيات تسويقية مبتكرة. هذه الدورة هي رحلة متكاملة من الألف إلى الياء نحو إتقان التسويق الرقمي المستقبلي.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق الرقمي.
- أخصائيو العلامات التجارية.
- مدراء المنتجات.
- المسؤولون عن استراتيجيات الابتكار.
- مطورو الأعمال.
- رواد الأعمال.
- مستشارو التسويق.
- طلاب الدراسات العليا في التسويق والتكنولوجيا.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- التسويق والإعلان.
- التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- الترفيه والألعاب.
- العقارات.
- السياحة والضيافة.
- التعليم والتدريب.
- الرعاية الصحية.
- السيارات.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارات التسويق والاتصال.
- أقسام الابتكار والتطوير.
- وحدات التحول الرقمي.
- إدارات العلامات التجارية.
- أقسام المبيعات.
- إدارات خدمة العملاء.
- أقسام البحوث والتطوير.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- تصميم استراتيجيات تسويقية متكاملة باستخدام الواقع الافتراضي والمعزز.
- تطوير تجارب واقع افتراضي جذابة للمستهلكين.
- دمج تقنيات الواقع المعزز في الحملات الإعلانية الفعالة.
- تحليل سلوك المستهلك في البيئات الغامرة.
- قياس فعالية حملات التسويق بالواقع الافتراضي والمعزز.
- استكشاف أحدث الاتجاهات في الواقع الممتد.
- بناء محتوى تسويقي تفاعلي للواقع الافتراضي.
- تحسين تجربة المستخدم في تطبيقات الواقع المعزز.
- تحديد الفرص التسويقية في الميتافيرس.
- تطوير خطط عمل لتطبيق التسويق الغامر.

منهجية الدورة التدريبية:

تعتمد هذه الدورة التدريبية من BIG BEN Training Center منهجية تعليمية شاملة تركز على الجمع بين المعرفة النظرية والتطبيق العملي لضمان أقصى استفادة للمشاركين. تبدأ الدورة بمقدمات مفصلة للمفاهيم الأساسية للتسويق بالواقع الافتراضي والمعزز، تليها جلسات تفاعلية مكثفة تشمل عروضًا تقديمية حية ودراسات حالة واقعية من شركات رائدة. سيشارك المتدربون في ورش عمل عملية لتصميم نماذج أولية لتجارب الواقع الافتراضي والمعزز، وتطبيق الأدوات والتقنيات الحديثة في بيئة آمنة ومحفزة. سيتم تشجيع العمل الجماعي من خلال مشاريع جماعية تحاكي تحديات السوق الحقيقية، مما يعزز مهارات حل المشكلات والتعاون. سيتم توفير تغذية راجعة فردية مستمرة من قبل المدربين الخبراء لضمان فهم عميق للمحتوى وتحسين الأداء. تهدف المنهجية إلى تزويد المشاركين بالمهارات العملية اللازمة لتطبيق استراتيجيات التسويق الغامر بنجاح في بيئاتهم المهنية. لن تتضمن المنهجية أي روابط خارجية أو أسماء شركات أو منصات تدريب أخرى.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات التسويق بالواقع الافتراضي والمعزز

- تعريفات ومفاهيم أساسية للواقع الافتراضي والمعزز.
- تاريخ وتطور تقنيات الواقع الممتد.
- الفرق بين الواقع الافتراضي والواقع المعزز والواقع المختلط.
- أهمية التسويق الغامر في العصر الرقمي.
- دراسات حالة ناجحة للتسويق بالواقع الافتراضي والمعزز.
- مستقبل التسويق الغامر والواقع الممتد.
- الأطر النظرية لسلوك المستهلك في البيئات الافتراضية.

الوحدة الثانية: استراتيجيات التسويق بالواقع الافتراضي

- تصميم تجارب الواقع الافتراضي التسويقية.
- إنشاء محتوى غامر للعلامات التجارية.
- استخدام الواقع الافتراضي في الإعلانات التفاعلية.
- الواقع الافتراضي في فعاليات إطلاق المنتجات.
- قياس أداء حملات الواقع الافتراضي.
- بناء قصص العلامة التجارية في الواقع الافتراضي.
- الفرص التسويقية في العوالم الافتراضية الميتافيرس.

الوحدة الثالثة: تطبيقات التسويق بالواقع المعزز

- تصميم تطبيقات الواقع المعزز للجوال.
- دمج الواقع المعزز في المتاجر الإلكترونية.
- استخدام الواقع المعزز في الإعلانات المطبوعة والخارجية.
- تجارب الواقع المعزز لتجريب المنتجات الافتراضية.
- الواقع المعزز في التعبئة والتغليف الذكي.
- تحليل تفاعلات المستخدم مع الواقع المعزز.
- أمثلة عملية على حملات الواقع المعزز الناجحة.

الوحدة الرابعة: تحليل البيانات وقياس الأداء في التسويق الغامر

- مقاييس الأداء الرئيسية (KPIs) لحملات الواقع الافتراضي والمعزز.
- أدوات تحليل البيانات في البيئات الغامرة.
- تتبع سلوك المستخدم وتفاعلاته.
- تحليل العائد على الاستثمار (ROI) في التسويق الغامر.
- تحسين الحملات بناءً على البيانات.
- التنبؤ باتجاهات التسويق المستقبلي للواقع الافتراضي والمعزز.
- بناء لوحات معلومات لأداء التسويق الغامر.

الوحدة الخامسة: التحديات والفرص المستقبلية في التسويق بالواقع الافتراضي والمعزز

- التحديات التقنية والقانونية والأخلاقية.
- خصوصية البيانات في الواقع الممتد.
- أمن المعلومات في البيئات الغامرة.
- الابتكارات المستقبلية في الواقع الافتراضي والمعزز.
- تطبيقات التسويق بالواقع الممتد في مختلف الصناعات.
- أهمية التخصيص في تجارب الواقع الغامر.
- استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في التسويق الغامر.

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 للعلامات التجارية أن توازن بين الابتكار التقني في التسويق الغامر والحفاظ على تجربة مستخدم أصيلة وذات مغزى، خاصة في ظل التطورات المتسارعة للواقع الممتد؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة بتركيزها العميق على الجوانب الاستراتيجية والتطبيقية للتسويق بالواقع الافتراضي والمعزز، وتقديم رؤى عملية مستمدة من أحدث الأبحاث والتجارب العالمية. بدلاً من مجرد سرد الأدوات، نتعمق في كيفية بناء استراتيجيات تسويقية متكاملة تستفيد من الإمكانيات الفريدة لهذه التقنيات لتعزيز العلامة التجارية وتحقيق أهداف العمل. نعتمد منهجية تعليمية تفاعلية تتضمن دراسات حالة مفصلة، وورش عمل لتصميم تجارب غامرة، وتحليلات معمقة لسلوك المستهلك في البيئات الافتراضية. هذا النهج يضمن أن يكتسب المشاركون فهمًا شاملاً ليس فقط "ماذا" يفعلون، ولكن "لماذا" وكيف يمكنهم تطبيق هذه المفاهيم بفعالية في سياقاتهم الخاصة. الدورة مصممة لتزويد المشاركين بالرؤى الأكاديمية المدعومة بالأمثلة العملية، مما يمكنهم من أن يصبحوا روادًا في مجال التسويق الرقمي المستقبلي.