الدورة التدريبية: استراتيجيات التسويق B2B المتقدمة: استهداف الشركات وصناع القرار بفعالية



09 - 13 نوفمبر 2026

فيينا

5800 € (للشخص الواحد)

Ref: #MAR5959_312749

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في عالم الأعمال المعاصر، يمثل التسويق من شركة إلى شركة (B2B) ميدانًا فريدًا يتطلب فهمًا عميقًا لديناميكيات السوق المعقدة وسلوكيات صناع القرار. على عكس التسويق الموجه للمستهلكين، تركز استراتيجيات التسويق B2B على بناء علاقات طويلة الأمد مع الكيانات التجارية، وتقديم حلول تلبي احتياجات معقدة، وتحقيق عائد استثمار ملموس. هذه الدورة التدريبية الشاملة تأخذ المشاركين في رحلة معمقة من الألف إلى الياء، لتسليط الضوء على أبرز الممارسات في استهداف الشركات وصناع القرار، وكيفية بناء استراتيجيات تسويق رقمي B2B فعالة. سنتناول منهجيات تحليل السوق B2B، وتطوير تسويق المحتوى B2B المخصص، وصولًا إلى قياس عائد الاستثمار B2B بدقة. بالاستناد إلى رؤى أكاديمية حديثة في مجال سلوك المشتري المؤسسي، والتي ساهم فيها باحثون بارزون مثل البروفيسور فيليب كوتلر (Philip Kotler)، الذي يعتبر مرجعًا عالميًا في التسويق، سيقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة المصممة لتمكين المحترفين من تجاوز التحديات الحالية. سنركز على استكشاف كيف يمكن للشركات تحويل جهودها التسويقية إلى محركات قوية للنمو، وذلك من خلال فهم دقيق لرحلة الشراء B2B ومتطلبات المبيعات B2B، لضمان بناء وعي بالعلامة التجارية B2B قوي ومستدام في الأسواق التنافسية.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق والمبيعات في الشركات.
- أخصائيو تطوير الأعمال واستراتيجيات النمو.
- رواد الأعمال والمدراء التنفيذيون للشركات الصغيرة والمتوسطة.
- المستشارون التجاريون والاستراتيجيون.
- المتخصصون في التسويق الرقمي B2B.
- فرق المبيعات التي تستهدف الشركات.
- المسؤولون عن إدارة علاقات العملاء B2B.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الشركات التقنية والبرمجيات.
- شركات الخدمات اللوجستية والنقل.
- قطاع التصنيع والصناعات الثقيلة.
- شركات الاستشارات الإدارية والمالية.
- قطاع الرعاية الصحية والمستلزمات الطبية.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.
- شركات المقاولات والإنشاءات.
- الخدمات المالية والبنوك.
- شركات الاتصالات.
- قطاع الطاقة المتجددة.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارات التسويق.
- إدارات المبيعات.
- إدارات تطوير الأعمال.
- إدارات الاستراتيجية والتخطيط.
- إدارات إدارة علاقات العملاء B2B.
- إدارات الابتكار والمنتجات.
- إدارات المشتريات.
- إدارات خدمة العملاء B2B.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- صياغة استراتيجيات تسويق B2B متكاملة وفعالة.
- تحديد صناع القرار في الشركات واستهدافهم بدقة.
- تطوير محتوى تسويقي يلبي احتياجات العملاء B2B.
- بناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء B2B.
- تحليل بيانات B2B لقياس الأداء وتحسين الحملات.
- فهم رحلة الشراء B2B وتطبيقاتها العملية.
- تطبيق أساليب التسويق الرقمي B2B المتطورة.
- تحسين عائد الاستثمار B2B من الأنشطة التسويقية.
- إدارة المبيعات B2B بأسلوب احترافي وموجه للنتائج.
- تطوير خطط بناء الوعي بالعلامة التجارية B2B.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة التدريبية منهجية تفاعلية وشاملة، تجمع بين المحاضرات النظرية والتدريب العملي المكثف. ستتضمن الدورة دراسات حالة واقعية لشركات عالمية ومحلية نجحت في استراتيجيات التسويق B2B، مما يتيح للمشاركين تطبيق المفاهيم النظرية على تحديات عملية. سيتم تشجيع العمل الجماعي من خلال ورش عمل تفاعلية وتمارين عملية تهدف إلى تطوير مهارات المشاركين في تحليل السوق B2B، وتحديد الفئات المستهدفة، وتطوير استراتيجيات التسويق الرقمي B2B. سيتم تقديم تغذية راجعة فردية وجماعية لضمان استيعاب المفاهيم بشكل كامل وتحقيق أقصى استفادة من تجربة التعلم. كما سنركز على مناقشة تحديات التسويق B2B وكيفية التغلب عليها، بالإضافة إلى استكشاف أحدث الاتجاهات في هذا المجال لتعزيز فهم رحلة الشراء B2B، وإدارة علاقات العملاء B2B، وقياس عائد الاستثمار B2B بدقة. تهدف المنهجية إلى تمكين المشاركين من تطوير استراتيجيات تسويقية عملية ومبتكرة تساهم في تحقيق أهداف أعمالهم.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات التسويق B2B وفهم السوق المستهدف

- الفرق بين التسويق B2B والتسويق B2C.
- فهم خصائص السوق B2B وديناميكيته.
- تحديد الفئات المستهدفة في التسويق B2B.
- تحليل سلوك المشتري المؤسسي.
- تحديد صناع القرار ومراكز الشراء.
- أهمية تحليل السوق B2B.
- بناء ملفات تعريف العملاء المثاليين (ICP).

الوحدة الثانية: استراتيجيات التسويق الرقمي B2B

- التسويق بالمحتوى B2B الفعال.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني B2B وبناء القوائم.
- استخدام لينكد إن ومنصات الأعمال الأخرى.
- الإعلانات المدفوعة في بيئة B2B.
- تحسين محركات البحث للتسويق B2B.
- أتمتة التسويق B2B.
- التسويق المؤثر B2B.

الوحدة الثالثة: بناء العلاقات وإدارة العملاء B2B

- أهمية بناء علاقات طويلة الأمد في B2B.
- إدارة علاقات العملاء B2B (CRM).
- استراتيجيات التواصل الفعال مع الشركات.
- خدمة العملاء B2B ودعم ما بعد البيع.
- تطوير برامج الولاء للعملاء B2B.
- تحسين تجربة العميل B2B.
- بناء الثقة والمصداقية في السوق B2B.

الوحدة الرابعة: المبيعات B2B وقياس الأداء

- تكامل التسويق والمبيعات B2B.
- تقنيات البيع الاستشاري في B2B.
- إدارة خط أنابيب المبيعات (Sales Pipeline).
- قياس عائد الاستثمار B2B للحملات التسويقية.
- تحليل بيانات B2B وتقارير الأداء.
- تحسين التحويل B2B.
- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في التسويق B2B.

الوحدة الخامسة: الابتكار والاتجاهات المستقبلية في التسويق B2B

- التسويق المبني على الحسابات (Account-Based Marketing).
- دور الذكاء الاصطناعي في التسويق B2B.
- التسويق بالفيديو والبودكاست في B2B.
- التسويق الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية للشركات B2B.
- تحديات وفرص السوق العالمي B2B.
- بناء الوعي بالعلامة التجارية B2B في عصر التحول الرقمي.
- الاستعداد للتغيرات المستقبلية في سلوك المشتري B2B.

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 B2B أن تتكيف مع التغيرات السريعة في المشهد الاقتصادي العالمي وسلوكيات صناع القرار المتطورة؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية بمنهجها العملي والعميق الذي يتجاوز المفاهيم النظرية، حيث تركز على تزويد المشاركين بأدوات واستراتيجيات قابلة للتطبيق الفوري في بيئات العمل الحقيقية. تم تصميم المحتوى بعناية فائقة ليشمل أحدث التطورات في التسويق B2B، مع التركيز بشكل خاص على فهم سلوك صناع القرار B2B وكيفية بناء استراتيجيات تسويق رقمي B2B فعالة. بدلًا من التركيز على الأدوات التقنية فقط، نتعمق في الرؤى الاستراتيجية التي تمكن الشركات من بناء علاقات قوية ومستدامة، وتحقيق عائد استثمار B2B ملموس. الدورة تقدم أمثلة عملية غنية ودراسات حالة واقعية من شركات رائدة، مما يساعد على ترسيخ المفاهيم وربطها بالتحديات اليومية التي تواجهها المؤسسات. نركز على أهمية تحليل السوق B2B وقياس الأداء بدقة، لضمان أن كل جهد تسويقي يساهم في تحقيق أهداف الأعمال الكبرى وبناء الوعي بالعلامة التجارية B2B بطريقة أكاديمية وعملية في آن واحد.