الدورة التدريبية: بناء شراكات مؤثرين ناجحة لتعزيز الوعي بالعلامة التجارية الرقمي



07 - 11 ديسمبر 2026
الدار البيضاء
4500 € (للشخص الواحد)
Ref: #MAR7360_417889

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة التدريبية الشاملة التي تتناول فن وعلم التسويق بالمؤثرين من الألف إلى الياء، لتزويد المشاركين بالمعرفة والأدوات اللازمة لبناء شراكات مؤثرين فعالة تسهم في زيادة الوعي بالعلامة التجارية وتعزيز النمو المستدام. في عالم اليوم الرقمي المتسارع، أصبح التسويق بالمؤثرين ركيزة أساسية لاستراتيجيات الاتصال الفعالة، حيث تتجاوز الحملات التقليدية في وصولها وتأثيرها. تستعرض هذه الدورة المبادئ الأساسية للتسويق بالمؤثرين، بدءًا من تحديد المؤثرين المناسبين الذين تتوافق قيمهم مع قيم علامتك التجارية، ووصولًا إلى قياس عائد الاستثمار من هذه الشراكات. سنغوص في أعماق مفاهيم مثل التسويق بالمحتوى، وتحليل بيانات الجمهور، وصياغة العقود القانونية مع المؤثرين، والتغلب على التحديات الشائعة في هذا المجال. سنستلهم من رؤى خبراء مثل البروفيسور دانيال جيه. سولومان (Daniel J. Solomon)، الذي أثرى الأدبيات الأكاديمية في مجال التسويق الرقمي بتحليلاته العميقة حول تأثير التسويق الشفهي والشراكات الاستراتيجية. ستمكنك هذه الدورة من بناء استراتيجيات تسويق بالمؤثرين مبتكرة، تضمن تحقيق أقصى استفادة من ميزانيتك التسويقية، وتحويل المتابعين إلى عملاء مخلصين، وتعزيز مكانة علامتك التجارية في السوق الرقمي التنافسي.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق الرقمي
- أخصائيو العلاقات العامة
- أصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة
- مسؤولي تطوير العلامة التجارية
- المسوقين الطموحين
- مدراء الاتصال المؤسسي
- الوكالات التسويقية الرقمية
- رواد الأعمال الذين يسعون لتعزيز حضورهم الرقمي

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الشركات الكبرى والمتوسطة التي تسعى لتعزيز الوعي بعلامتها التجارية
- شركات التكنولوجيا والبرمجيات
- صناعة الأزياء والجمال
- قطاع الأغذية والمشروبات
- التجارة الإلكترونية ومتاجر التجزئة
- الخدمات المالية والبنوك
- الرعاية الصحية والصيدلانية
- صناعة الترفيه والألعاب
- الشركات الناشئة في جميع القطاعات
- الهيئات الحكومية وما في حكمها التي تهدف لتحسين التواصل مع الجمهور

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- قسم التسويق
- إدارة العلامة التجارية
- قسم العلاقات العامة
- قسم الاتصال المؤسسي
- قسم المبيعات وتطوير الأعمال
- قسم وسائل التواصل الاجتماعي
- إدارة الشراكات الاستراتيجية

أهداف الدورة التدريبية:

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

- صياغة استراتيجيات تسويق بالمؤثرين متكاملة
- تحديد المؤثرين المناسبين وتحليل مدى ملاءمتهم للعلامة التجارية
- التفاوض على الشراكات الفعالة ووضع العقود القانونية
- قياس الأداء وتحليل عائد الاستثمار لحملات التسويق بالمؤثرين
- التعامل مع التحديات والمخاطر المحتملة في التسويق بالمؤثرين
- بناء حملات محتوى مؤثرة وجذابة
- استخدام أدوات تحليل البيانات لتقييم فعالية الحملات
- تعزيز الوعي بالعلامة التجارية وزيادة التفاعل عبر المؤثرين
- تحويل المتابعين إلى عملاء مخلصين
- تطوير علاقات طويلة الأمد مع المؤثرين

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center منهجية تدريب تفاعلية وشاملة في هذه الدورة، تضمن تحقيق أقصى استفادة للمشاركين من خلال دمج النظرية بالتطبيق العملي. تتضمن الدورة مزيجًا من المحاضرات النظرية المدعومة بأمثلة واقعية ودراسات حالة تفصيلية لحملات تسويق بالمؤثرين ناجحة وغير ناجحة، مما يساعد المشاركين على فهم المبادئ الأساسية وتطبيقها بفعالية. سنركز على ورش العمل التفاعلية والتمارين الجماعية التي تشجع على تبادل الخبرات وبناء استراتيجيات مشتركة. سيتم تخصيص وقت كافٍ للجلسات النقاشية المفتوحة التي تتيح للمشاركين طرح الأسئلة والتعبير عن آرائهم وتحدياتهم. كما سيتم تقديم تغذية راجعة بناءة على الأداء الفردي والجماعي للمشاركين، مما يسهم في تطوير مهاراتهم بشكل مستمر. تهدف المنهجية إلى تزويد المتدربين بمهارات عملية قابلة للتطبيق الفوري في بيئة العمل، مع التركيز على أحدث التوجهات في التسويق بالمؤثرين وتأثيرها على استراتيجيات التسويق الرقمي وتعزيز الوعي بالعلامة التجارية. لن نعتمد على أي منصات أو شركات تدريب أخرى لتقديم المحتوى، بل على خبرة مدربينا المتخصصين وموادنا التدريبية الحصرية.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات التسويق بالمؤثرين.

- مفهوم التسويق بالمؤثرين وأهميته في العصر الرقمي.
- الفرق بين التسويق بالمؤثرين وأنواع التسويق الأخرى.
- تاريخ وتطور التسويق بالمؤثرين.
- أنواع المؤثرين وتصنيفاتهم (نانو، مايكرو، ماكرو، ميجا).

- تأثير المؤثرين على سلوك المستهلك وقرارات الشراء.
- البيئة القانونية والأخلاقية للتسويق بالمؤثرين.
- تحديد أهداف حملات التسويق بالمؤثرين
- الوحدة الثانية: استراتيجية اختيار المؤثرين وبناء الشراكات.
- تحديد المؤثرين المناسبين لعلامتك التجارية
- أدوات ومنصات البحث عن المؤثرين
- تحليل جمهور المؤثرين ومدى توافقه مع الجمهور المستهدف
- تقييم أصالة المؤثرين ومصداقيتهم
- صياغة رسائل البريد الإلكتروني الأولية للتواصل مع المؤثرين
- بناء علاقات طويلة الأمد مع المؤثرين
- فهم نماذج التعويض للمؤثرين

الوحدة الثالثة: تطوير المحتوى وقياس الأداء.

- أنواع المحتوى التسويقي بالمؤثرين (صور، فيديو، قصص، بث مباشر).
- صياغة إرشادات المحتوى الواضحة للمؤثرين
- الإبداع في حملات التسويق بالمؤثرين
- تتبع أداء حملات المؤثرين
- المؤشرات الرئيسية للأداء (KPIs) في التسويق بالمؤثرين
- أدوات تحليل البيانات وتقارير الأداء
- حساب عائد الاستثمار (ROI) من حملات المؤثرين

الوحدة الرابعة: الجوانب القانونية والأخلاقية في التسويق بالمؤثرين.

- الامتثال للوائح والإرشادات القانونية في التسويق بالمؤثرين
- أهمية الإفصاح عن الشراكات المدفوعة
- صياغة العقود القانونية مع المؤثرين
- بنود العقود الأساسية (مدة الشراكة، نطاق العمل، الدفع، حقوق الملكية الفكرية).
- إدارة المخاطر والتعامل مع الأزمات
- أخلاقيات التسويق بالمؤثرين
- حل النزاعات المحتملة

الوحدة الخامسة: التحديات والتوجهات المستقبلية في التسويق بالمؤثرين.

- التعامل مع التحديات الشائعة (المؤثرون المزيفون، تضخم الأسعار)
- أثر الذكاء الاصطناعي في التسويق بالمؤثرين
- التسويق بالمؤثرين الصغار (Nano-influencers) وفعاليتهم
- دمج التسويق بالمؤثرين مع استراتيجيات التسويق الأخرى
- الاتجاهات المستقبلية في صناعة التسويق بالمؤثرين
- التسويق بالمؤثرين في الأسواق العالمية
- دراسات حالة متقدمة وحملات ناجحة

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 تحقيق التوازن بين الإبداع المطلوب في حملات التسويق بالمؤثرين والحفاظ على صورة العلامة التجارية وقيمها الأساسية في ظل التنوع الهائل في أساليب المؤثرين ومحتواهم؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية بتركيزها العميق والشامل على بناء شراكات مؤثرين ناجحة لتعزيز الوعي بالعلامة التجارية الرقمي، مع الأخذ في الاعتبار أحدث التطورات في مجال التسويق بالمؤثرين. نحن لا نقدم مجرد معلومات نظرية، بل نغوص في الجوانب العملية والتطبيقية، بدءًا من كيفية تحديد المؤثرين الحقيقيين وذوي الصلة، ووصولًا إلى التفاوض على الشروط القانونية للعقود، وقياس العائد على الاستثمار بدقة. نركز على تمكين المشاركين من صياغة استراتيجيات متكاملة ومبتكرة، لا تكتفي بزيادة عدد المتابعين، بل تحولهم إلى عملاء مخلصين يعززون قيمة العلامة التجارية. نعتمد على أمثلة عملية من حملات تسويق بالمؤثرين عالمية ناجحة، ونحلل أسباب نجاحها وتحدياتها، مما يوفر للمتدربين رؤى قيمة وتطبيقية. بالإضافة إلى ذلك، نولي اهتمامًا خاصًا للجوانب الأخلاقية والقانونية، لضمان أن يكون المشاركون قادرين على إدارة حملاتهم بمسؤولية وفعالية، متجنبين أي مخاطر محتملة قد تؤثر على سمعة العلامة التجارية.