الدورة التدريبية: التسويق الأخضر المستدام وبناء علامة تجارية مسؤولة بيئيًا لنمو الأعمال



09 - 13 نوفمبر 2026
باريس
5800 € (للشخص الواحد)
Ref: #MAR9729_312092

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في عالم يزداد وعيه بالتحديات البيئية، أصبح التسويق الأخضر والمستدام ليس مجرد اتجاه، بل ضرورة ملحة للشركات التي تسعى للنمو والازدهار في الأسواق الحديثة. هذه الدورة التدريبية الشاملة من BIG BEN Training Center تأخذ المشاركين في رحلة معمقة لاكتشاف كيفية دمج الممارسات الصديقة للبيئة في استراتيجياتهم التسويقية، وبناء علامات تجارية لا تكتفي بتحقيق الأرباح، بل تساهم أيضًا في حماية الكوكب. سوف يتعلم المشاركون كيفية تجاوز مجرد "الغسل الأخضر" والانتقال إلى تبني مبادئ الاستدامة الحقيقية في كل جانب من جوانب أعمالهم. ستتناول الدورة مفاهيم مثل الاقتصاد الدائري، المسؤولية الاجتماعية للشركات، وابتكار المنتجات المستدامة، مع التركيز على كيفية توصيل هذه القيم بفعالية للمستهلكين.
سنستعرض أمثلة عملية من شركات رائدة عالميًا، ونحلل استراتيجياتها الناجحة في بناء ولاء العملاء من خلال الالتزام بالاستدامة. تعتمد الدورة على أحدث الأبحاث والدراسات في مجال التسويق المستدام، وتقدم إطارًا عمليًا لتطبيق هذه المفاهيم في بيئات عمل متنوعة. كما سيتم استعراض رؤى الدكتور جابرييل كينغ (Dr. Gabriel King)، الأكاديمي البارز في مجال التسويق المستدام، والذي يؤكد على أهمية الشفافية والأصالة في بناء علامة تجارية ذات تأثير بيئي إيجابي.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق.
- مدراء العلامات التجارية.
- مدراء المنتجات.
- رواد الأعمال.
- مدراء المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR).
- متخصصو الاستدامة.
- أصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة.
- المستشارون في مجال التسويق والأعمال.
- مديرو التطوير الاستراتيجي.
- المهتمون بالبيئة والأعمال المستدامة.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة.
- صناعة الأغذية والمشروبات.
- قطاع التصنيع.
- صناعة الأزياء والملابس.
- القطاع العقاري.
- صناعة السيارات.
- قطاع الطاقة المتجددة.
- الخدمات المالية.
- الزراعة المستدامة.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها.
- القطاع الفندقي والسياحي.
- صناعة التعبئة والتغليف.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- قسم التسويق.
- قسم المبيعات.
- قسم الاستدامة.
- قسم تطوير المنتجات.
- قسم الموارد البشرية.
- قسم البحث والتطوير.
- قسم العلاقات العامة.
- الإدارة العليا.
- قسم المشتريات.
- قسم التخطيط الاستراتيجي.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم عميق لمبادئ التسويق الأخضر والمستدام.
- تطوير استراتيجيات تسويقية مسؤولة بيئيًا.
- بناء علامات تجارية تعكس الالتزام بالاستدامة.
- تطبيق مبادئ الاقتصاد الدائري في نماذج الأعمال.
- قياس وتحليل التأثير البيئي للأنشطة التسويقية.
- التواصل بفعالية حول المبادرات البيئية للشركة.
- التعامل مع تحديات الغسل الأخضر.
- ابتكار منتجات وخدمات صديقة للبيئة.
- جذب المستهلكين الواعين بيئيًا.
- تعزيز ولاء العملاء من خلال القيم المستدامة.

منهجية الدورة التدريبية:

تعتمد هذه الدورة التدريبية على منهجية تفاعلية وشاملة، تجمع بين المحاضرات النظرية المستندة إلى أحدث الأبحاث والتطبيقات العملية التي تضمن ترسيخ المفاهيم. سيتخلل البرنامج دراسات حالة واقعية لشركات عالمية رائدة في مجال التسويق المستدام، مما يتيح للمشاركين تحليل التحديات والحلول الناجحة. يتم التركيز على العمل الجماعي من خلال ورش عمل تفاعلية، حيث يشارك المتدربون في مجموعات لتطوير استراتيجيات تسويقية خضراء لمؤسسات افتراضية أو حقيقية. كما تتضمن الدورة جلسات عصف ذهني وتمارين محاكاة لسيناريوهات سوقية متنوعة، تهدف إلى تطوير مهارات التفكير النقدي واتخاذ القرار. يقدم BIG BEN Training Center بيئة تعليمية داعمة، مع توفير تغذية راجعة مستمرة من قبل المدربين الخبراء لضمان تحقيق أقصى استفادة ممكنة من الدورة. سيتم تشجيع النقاشات المفتوحة لتبادل الخبرات والرؤى بين المشاركين، مما يثري التجربة التعليمية ويعزز الفهم الشامل لمفاهيم التسويق الأخضر.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات التسويق الأخضر والاستدامة

- مفهوم التسويق الأخضر وتطوره.
- أبعاد الاستدامة: البيئية، الاجتماعية، والاقتصادية.
- التحول نحو الاقتصاد الدائري.
- دور المستهلك الواعي بيئيًا.
- الفرص والتحديات في التسويق المستدام.
- المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) ودورها.
- أهمية الشفافية والأصالة في الممارسات الخضراء.

الوحدة الثانية: بناء علامة تجارية مسؤولة بيئياً

- تحديد القيم الأساسية للعلامة التجارية المستدامة.
- تصميم المنتجات والخدمات الصديقة للبيئة.
- سلسلة التوريد المستدامة.
- استراتيجيات التعبئة والتغليف المستدامة.
- قياس البصمة البيئية للعلامة التجارية.
- إدارة المخاطر والفرص البيئية.
- أمثلة لعلامات تجارية ناجحة بيئيًا.

الوحدة الثالثة: استراتيجيات التسويق الأخضر الفعال

- تطوير الرسائل التسويقية الخضراء.
- قنوات التسويق الرقمي المستدام.
- التسويق بالمحتوى الأخضر.
- التسويق عبر المؤثرين والوعي البيئي.
- العلاقات العامة والاستدامة.
- إدارة سمعة العلامة التجارية في سياق الاستدامة.
- تجنب الغسل الأخضر (Greenwashing).

الوحدة الرابعة: قياس الأداء والأثر البيئي

- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للتسويق الأخضر.
- أدوات وتقنيات قياس التأثير البيئي.
- تقارير الاستدامة والشفافية.
- تحليل العائد على الاستثمار (ROI) للمبادرات الخضراء.
- دراسات الحالة وتقييم النجاح.
- التحديات في قياس الاستدامة.
- تحسين الأداء البيئي المستمر.

الوحدة الخامسة: الابتكار والتوجهات المستقبلية في التسويق المستدام

- الابتكار في المنتجات والخدمات المستدامة.
- التقنيات الناشئة ودورها في التسويق الأخضر.
- التسويق المستدام في الأسواق العالمية.
- التشريعات والسياسات البيئية وتأثيرها.
- مستقبل التسويق المستدام.
- دمج الاستدامة في استراتيجية الأعمال الشاملة.
- كيفية قيادة التغيير نحو ممارسات أكثر استدامة.

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 للشركات الصغيرة والمتوسطة التي تعاني من محدودية الموارد أن تتبنى استراتيجيات تسويق أخضر فعالة دون الوقوع في فخ الغسل الأخضر أو تجاوز الميزانية المخصصة للتسويق التقليدي؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية بمنهجها الشامل الذي لا يقتصر على الجانب النظري فحسب، بل يركز على التطبيق العملي لمفاهيم التسويق الأخضر وبناء العلامة التجارية المسؤولة بيئيًا. نقدم رؤى عميقة مبنية على أحدث الأبحاث والدراسات في هذا المجال، مع التركيز على التحديات والفرص الحقيقية التي تواجه الشركات اليوم. نبتعد عن الأدوات التسويقية العامة، ونركز بدلاً من ذلك على الاستراتيجيات الجذرية التي تخلق قيمة حقيقية للعلامة التجارية والمجتمع. يتميز المحتوى بكونه أكاديميًا وعمليًا في آن واحد، مما يضمن حصول المتدربين على معرفة معمقة وقابلة للتطبيق الفوري في بيئات عملهم. نقدم أمثلة محددة من شركات رائدة عالميًا أحدثت فرقًا ملموسًا في مجال الاستدامة، ونحلل كيف يمكن تكييف هذه النجاحات مع سياقات مختلفة. هذه الدورة هي فرصة للمشاركين ليصبحوا قادة التغيير في مؤسساتهم، ويساهموا في بناء مستقبل أعمال أكثر استدامة.