الدورة التدريبية: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي المتقدم للعلامات التجارية لتحقيق التميز



16 - 20 نوفمبر 2026
كيب تاون
4600 € (للشخص الواحد)
Ref: #MED1191_422313

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في المشهد الرقمي اليوم، لم تعد وسائل التواصل الاجتماعي مجرد منصات للتواصل، بل أصبحت محركات قوية للنمو التجاري والتأثير على المستهلكين. هذه الدورة التدريبية المتقدمة من BIG BEN Training Center مصممة خصيصًا لتمكين العلامات التجارية من الارتقاء بحضورها الرقمي، وتطوير استراتيجيات تسويقية مبتكرة عبر مختلف قنوات التواصل الاجتماعي. تغطي الدورة جوانب متقدمة مثل تحليل البيانات الكبيرة لفك شفرة سلوك المستهلك، وبناء حملات إعلانية مستهدفة تضمن أقصى عائد على الاستثمار، بالإضافة إلى إدارة الأزمات الرقمية وصياغة استراتيجيات المحتوى التفاعلي الذي يعزز الولاء للعلامة التجارية. نركز على كيفية تحويل التحديات في هذا المجال إلى فرص، وكيفية بناء مجتمعات رقمية حقيقية تتفاعل مع العلامة التجارية. تستمد الدورة رؤاها من أحدث الأبحاث والدراسات في علم النفس الاجتماعي والتسويق الرقمي، وتقدم أمثلة عملية ودراسات حالة من علامات تجارية عالمية حققت نجاحًا باهرًا. الأكاديمي "Andreas Kaplan" (أندرياس كابلان)، المعروف بأبحاثه حول وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأفراد والشركات، يقدم إطارًا نظريًا قيّمًا حول فهم ديناميكيات هذه المنصات. يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والأدوات اللازمة لتطوير وتنفيذ استراتيجيات تسويق رقمي متقدمة، تضع علامتهم التجارية في صدارة المنافسة وتضمن لهم التواصل الفعال والمستمر مع جمهورهم المستهدف.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق الرقمي.
- مسؤولو وسائل التواصل الاجتماعي.
- مدراء العلامات التجارية.
- خبراء العلاقات العامة الرقمية.
- أصحاب الأعمال والمدراء التنفيذيون.
- المتخصصون في تحليل البيانات التسويقية.
- المستشارون في مجال التسويق الرقمي.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- شركات التكنولوجيا والاتصالات.
- القطاع المصرفي والخدمات المالية.
- شركات السلع الاستهلاكية سريعة التداول (FMCG).
- وكالات التسويق والإعلان.
- قطاع الضيافة والسياحة.
- الشركات في القطاعات الحكومية وشبه الحكومية التي تتفاعل مع الجمهور.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق.
- إدارة العلامة التجارية.
- إدارة الاتصال المؤسسي.
- إدارة التجارة الإلكترونية.
- إدارة العلاقات العامة.
- قسم المبيعات.
- قسم خدمة العملاء.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- صياغة استراتيجيات تسويق متقدمة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- تحليل بيانات الجمهور والمنافسين بفعالية.
- بناء حملات إعلانية مستهدفة لتحقيق أقصى عائد.
- إدارة المحتوى التفاعلي الذي يعزز الولاء للعلامة التجارية.
- التعامل مع الأزمات الرقمية وحماية سمعة العلامة التجارية.
- قياس أداء الحملات التسويقية وتحليل مؤشرات الأداء الرئيسية.
- استخدام أدوات الاستماع الاجتماعي لمراقبة السوق.
- بناء مجتمعات رقمية نشطة ومتفاعلة حول العلامة التجارية.
- تحديد الاتجاهات الناشئة في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

منهجية الدورة التدريبية:

يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة التدريبية بمنهجية تطبيقية متقدمة تجمع بين المحاضرات التفاعلية والتدريب العملي المكثف. يتم استعراض أحدث النظريات والمفاهيم في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال عروض تقديمية غنية بالمعلومات ونقاشات جماعية. يشارك المتدربون في دراسات حالة واقعية لعلامات تجارية عالمية ومحلية، مما يتيح لهم تحليل استراتيجيات التسويق الناجحة وتحديد عوامل التميز. تتضمن الدورة ورش عمل عملية تُمكن المتدربين من تطبيق التقنيات المتقدمة، مثل بناء حملات إعلانية تجريبية، وتحليل بيانات الجمهور باستخدام أدوات متخصصة، وصياغة خطط استجابة للأزمات الرقمية. سيتم توفير تغذية راجعة فردية وبناءة لكل مشارك على أدائه في التمارين والمشاريع العملية، مما يعزز من عملية التعلم ويساعد على تطوير المهارات. تُشجع المنهجية على العمل الجماعي وتبادل الخبرات، وتوفير بيئة تعليمية محفزة للإبداع والابتكار. نحن نؤمن بأن التعلم الفعال يتم بالممارسة، ولذلك نركز على توفير أقصى قدر من الفرص للمتدربين لتطبيق ما يتعلمونه في سياقات عملية.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: استراتيجيات متقدمة لوسائل التواصل الاجتماعي.

- فهم ديناميكيات المنصات الرقمية الرئيسية.
- بناء استراتيجية تسويقية متكاملة للعلامة التجارية.
- تحديد الأهداف الذكية (SMART) للتسويق الاجتماعي.
- تحليل المنافسين واستراتيجياتهم.
- تحديد شرائح الجمهور المستهدف بدقة.
- تطوير شخصيات المشتري (Buyer Personas) الرقمية.
- مراجعة أداء استراتيجيات التسويق الحالية.

الوحدة الثانية: تحليل البيانات الكبيرة وذكاء الجمهور.

- أدوات تحليل البيانات في وسائل التواصل الاجتماعي.
- قراءة وتحليل مقاييس الأداء الرئيسية (KPIs).
- فهم سلوك المستخدم وتحليلات المشاعر.
- تحديد الاتجاهات والأنماط في بيانات الجمهور.
- الاستفادة من البيانات لتحسين استراتيجيات المحتوى.
- التنبؤ بسلوك المستهلكين بناءً على البيانات.
- إعداد تقارير تحليلية شاملة.

الوحدة الثالثة: حملات الإعلانات المدفوعة والتسويق بالمؤثرين.

- تخطيط حملات إعلانية مدفوعة متقدمة.
- استهداف الجمهور بدقة على المنصات الإعلانية.
- تحسين تكلفة النقرة (CPC) وعائد الإنفاق الإعلاني (ROAS).
- اختيار المؤثرين المناسبين للعلامة التجارية.
- بناء علاقات استراتيجية مع المؤثرين.
- قياس فعالية حملات التسويق بالمؤثرين.
- التعامل مع اللوائح والقوانين المتعلقة بالإعلانات.

الوحدة الرابعة: إدارة المحتوى التفاعلي وبناء المجتمعات.

- إنشاء محتوى جذاب وتفاعلي للعلامات التجارية.
- استراتيجيات بناء مجتمعات رقمية نشطة.
- التعامل مع التعليقات والاستفسارات والشكاوى.
- إدارة المحتوى الذي ينشئه المستخدمون (UGC).
- تنظيم المسابقات والحملات التفاعلية.
- بناء الولاء للعلامة التجارية من خلال التفاعل.
- أهمية القصص المرئية والفيديوهات القصيرة.

الوحدة الخامسة: إدارة الأزمات الرقمية وقياس العائد.

- التحضير للأزمات المحتملة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- صياغة خطط الاستجابة للأزمات الرقمية.
- المراقبة الفورية للأزمات والتدخل السريع.
- إعادة بناء الثقة بعد الأزمة.
- قياس العائد على الاستثمار (ROI) لجهود التسويق الاجتماعي.
- أهمية التحسين المستمر والتعلم من الأخطاء.
- مراجعة وتطوير استراتيجيات التسويق المستقبلية.

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:

في ظل التطور المتسارع لتقنيات الذكاء الاصطناعي، كيف يمكن للعلامات التجارية الحفاظ على الأصالة والإبداع البشري في حملاتها التسويقية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، دون أن تفقد قدرتها التنافسية؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN Training Center بتقديم استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي المتقدمة للعلامات التجارية، مما يجعلها مختلفة ومتميزة عن الدورات الأخرى التي قد تركز على الأساسيات. نحن لا نقدم مجرد معلومات نظرية، بل نوفر رؤى عميقة وتطبيقًا عمليًا يركز على كيفية تحقيق التميز والتفوق في سوق شديد التنافسية. على سبيل المثال، بينما قد تشرح دورات أخرى كيفية استخدام أدوات التحليل، فإننا نغوص في تحليل البيانات الكبيرة لفك شفرة سلوك المستهلك بشكل استراتيجي، وكيفية بناء حملات إعلانية فائقة الاستهداف لتحقيق أقصى عائد على الاستثمار. كما تتفرد الدورة بتقديم استراتيجيات متكاملة لإدارة الأزمات الرقمية التي قد تواجه العلامات التجارية، وكيفية تحويل التحديات إلى فرص لتعزيز السمعة. يضمن الجمع بين الخبرة الأكاديمية والعملية لمدربينا حصول المتدربين على معرفة عميقة ومهارات تطبيقية لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم لقيادة جهود التسويق الرقمي لعلاماتهم التجارية بكفاءة وفعالية عالية.