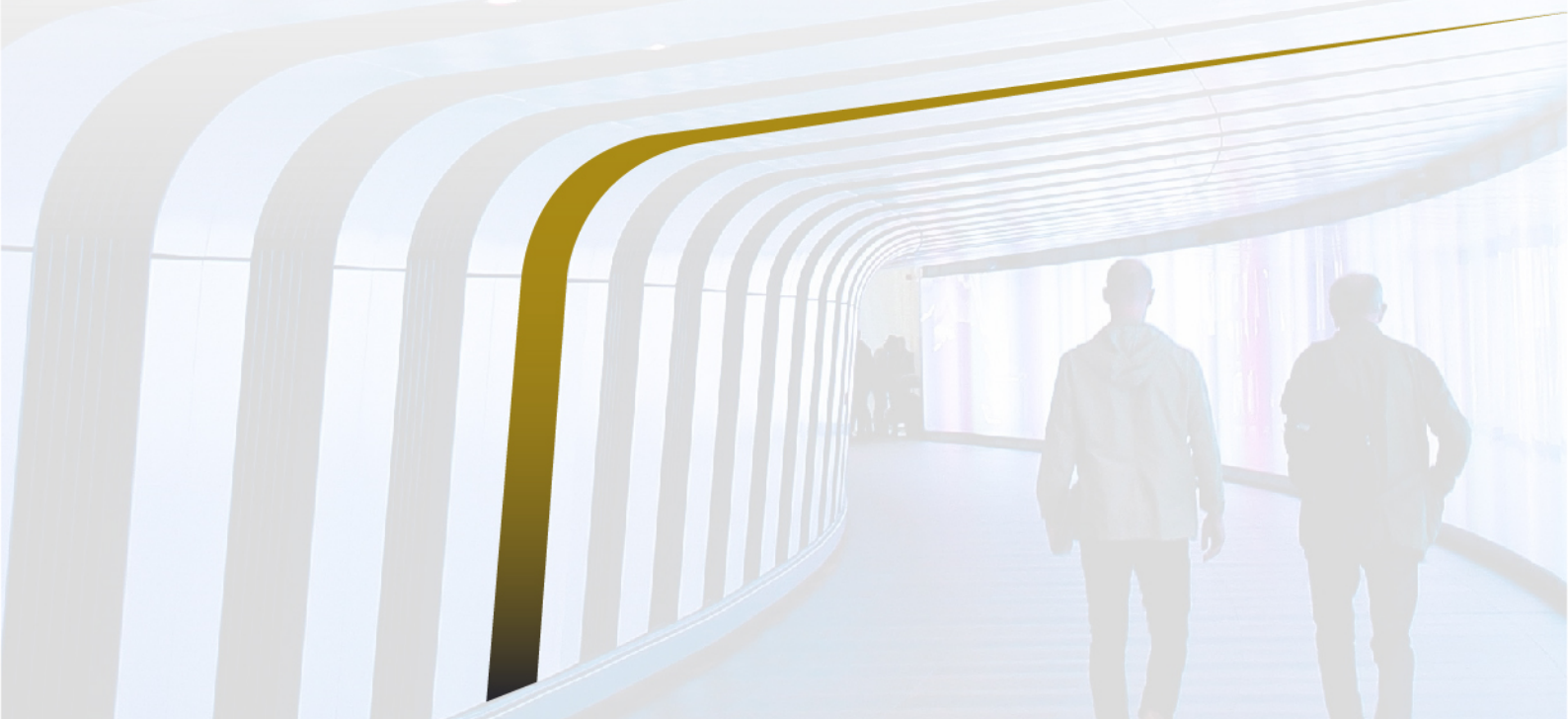
الدورة التدريبية: التسويق بالبريد الإلكتروني الاحترافي للحملات التوعوية



16 - 20 نوفمبر 2026
برلين
5800 € (للشخص الواحد)
Ref: #MED1615_334136

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

يظل التسويق بالبريد الإلكتروني الاحترافي للحملات التوعوية أداة قوية وفعالة للتواصل مع الجماهير المستهدفة وبناء علاقات قوية، خاصة في سياقات التوعية والتثقيف. هذه الدورة التدريبية الشاملة من BIG BEN Training Center مصممة خصيصًا لتزويد مسؤولي التسويق، مدراء الاتصال، أخصائيو العلاقات العامة، قادة الحملات الاجتماعية، وموظفي المنظمات غير الربحية بالمعرفة والمهارات اللازمة لتصميم، تنفيذ، وإدارة حملات بريد إلكتروني مؤثرة تحقق أهداف التوعية بفعالية. تغطي الدورة جوانب متعددة بدءًا من فهم أساسيات التسويق بالبريد الإلكتروني، بناء قوائم بريدية مستهدفة، تصميم محتوى رسائل جذاب ومقنع، استخدام أدوات الأتمتة، تحليل أداء الحملات، وصولًا إلى تطبيق أفضل الممارسات لضمان وصول الرسائل وتجنب مرشحات البريد العشوائي. نركز على أهمية صياغة رسائل واضحة ومؤثرة، بناء الثقة، والقدرة على تحفيز الجمهور على اتخاذ إجراء. تستمد الدورة رؤاها من أحدث الأبحاث في سلوك المستهلك والتسويق الرقمي، وتقدم أمثلة عملية لحملات توعوية ناجحة. الأكاديمي "Philip Kotler" (فيليب كوتلر)، الأستاذ الجامعي والمؤلف المشهور في مجال التسويق الحديث، يقدم إطارًا نظريًا قيّمًا حول فهم كيفية تصميم حملات تسويقية فعالة تستهدف الشرائح المختلفة من الجمهور، وكيف يمكن للبريد الإلكتروني أن يكون جزءًا لا يتجزأ من استراتيجية اتصال شاملة لتحقيق أهداف توعوية. يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين المتدربين من إتقان التسويق بالبريد الإلكتروني الاحترافي للحملات التوعوية، مما يعزز قدراتهم على إحداث فرق إيجابي في مجتمعاتهم.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مسؤولو التسويق الرقمي.
- مدراء الاتصال والعلاقات العامة.
- أخصائيو الحملات التوعوية والاجتماعية.
- موظفو المنظمات غير الربحية.
- المسؤولون عن برامج التوعية الصحية والبيئية.
- رواد الأعمال الاجتماعيون.
- المتخصصون في التوعية المجتمعية.
- مدراء الحملات السياسية.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- المنظمات غير الربحية والجمعيات الخيرية.
- الجهات الحكومية (خاصة في مجالات الصحة، التعليم، البيئة).
- وكالات العلاقات العامة والتسويق الاجتماعي.
- المؤسسات التعليمية والبحثية.
- المؤسسات الإعلامية (لقسم التوعية).
- الشركات الكبرى (لبرامج المسؤولية الاجتماعية).
- مراكز الأبحاث والدراسات الاجتماعية.
- الهيئات الدولية والمحلية المعنية بالتنمية.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق والاتصال.
- قسم العلاقات العامة.
- قسم المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- إدارة الحملات التوعوية.
- قسم التوعية الصحية والبيئية.
- قسم التنمية المجتمعية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم أسس التسويق بالبريد الإلكتروني.
- بناء وتنمية قوائم بريدية مستهدفة.
- تصميم رسائل بريد إلكتروني جذابة ومقنعة.
- كتابة نصوص فعالة لزيادة معدلات الفتح والنقر.
- استخدام أدوات أتمتة التسويق بالبريد الإلكتروني.
- تحليل مقاييس أداء حملات البريد الإلكتروني.
- تطبيق أفضل الممارسات لضمان قابلية التسليم.
- تطوير استراتيجيات لحملات توعوية فعالة.
- التعامل مع التحديات القانونية والأخلاقية.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة التدريبية على منهجية تطبيقية وعملية تهدف إلى صقل مهارات المشاركين في التسويق بالبريد الإلكتروني الاحترافي للحملات التوعوية. تبدأ الدورة بتقديم المفاهيم النظرية الأساسية للتسويق بالبريد الإلكتروني في سياق التوعية، ثم تنتقل مباشرة إلى ورش عمل وتمارين عملية مكثفة تُمكن المتدربين من تصميم وتنفيذ حملات حقيقية. سيقوم المتدربون بـ بناء قوائم بريدية وهمية، وتصميم قوالب رسائل بريد إلكتروني مخصصة، وكتابة نصوص رسائل مؤثرة، واستخدام أدوات الأتمتة الافتراضية، وتحليل مقاييس الأداء، مع الحصول على تغذية راجعة مباشرة وبناءة من المدربين الخبراء. تتضمن الدورة دراسات حالة لحملات توعوية ناجحة باستخدام البريد الإلكتروني، يتم تحليلها لفهم العوامل التي ساهمت في نجاحها. كما ستركز المنهجية على النقاشات المفتوحة لتبادل الخبرات والتحديات، وجلسات التخطيط الاستراتيجي لتصميم حملات مستقبلية. سيتم توفير تغذية راجعة فردية وبناءة على أداء المتدربين في التمارين والمشاريع، مما يساعدهم على تطوير مهاراتهم بشكل مستمر. تهدف هذه المنهجية إلى تزويد المشاركين بالخبرة العملية التي لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم لقيادة حملات توعوية مؤثرة وفعالة.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات التسويق بالبريد الإلكتروني التوعوي.

- مفهوم وأهمية التسويق بالبريد الإلكتروني.
- الفرق بين التسويق التجاري والتوعوي.
- بناء قوائم بريدية مستهدفة وشرائح الجمهور.
- أدوات وأنظمة إدارة البريد الإلكتروني.
- معدلات الفتح، النقر، والتحويل في حملات التوعية.
- المفاهيم القانونية والأخلاقية (GDPR, CAN-SPAM).
- تخطيط حملة توعوية متكاملة.

الوحدة الثانية: تصميم وكتابة رسائل البريد الإلكتروني.

- تصميم قوالب رسائل جذابة ومتجاوبة.
- كتابة عناوين جذابة ومحفزة للفتح.
- صياغة محتوى الرسالة بوضوح وتأثير.
- استخدام الصور ومقاطع الفيديو في الرسائل.
- دعوات العمل (Call to Action) الفعالة.
- التخصيص والتقسيم لزيادة التفاعل.
- اختبار A/B لتحسين الأداء.

الوحدة الثالثة: أتمتة البريد الإلكتروني وسلاسل الرسائل.

- مفهوم أتمتة التسويق بالبريد الإلكتروني.
- إنشاء سلاسل رسائل ترحيبية وتثقيفية.
- الأتمتة بناءً على سلوك المستخدم.
- رسائل التذكير والمتابعة.
- استخدام قوالب الأتمتة الجاهزة.
- تخطيط رحلة العميل عبر البريد الإلكتروني.
- أتمتة التقارير والمتابعة.

الوحدة الرابعة: تحليل الأداء وتحسين الحملات.

- مقاييس الأداء الرئيسية في التسويق بالبريد الإلكتروني.
- تحليل معدلات الفتح، النقر، والارتداد.
- تتبع التحويلات والإجراءات المتخذة.
- تحديد نقاط الضعف وفرص التحسين.
- التعلم من حملات توعوية ناجحة.
- تقارير الأداء وإنشاء لوحات المعلومات.
- استراتيجيات النمو والتوسع.

الوحدة الخامسة: أفضل الممارسات والتحديات في حملات التوعية.

- ضمان قابلية التسليم وتجنب البريد العشوائي.
- التعامل مع الشكاوى وإدارة الاشتراكات.
- أمن البيانات والخصوصية.
- دمج التسويق بالبريد الإلكتروني مع قنوات أخرى.
- الاستفادة من التغذية الراجعة من الجمهور.
- تطوير المحتوى المستمر.
- التحديات المستقبلية في التسويق بالبريد الإلكتروني.

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 عصر تتزايد فيه أعداد رسائل البريد الإلكتروني وتتنوع مصادر المعلومات، كيف يمكن للمسؤولين عن الحملات التوعوية أن يصمموا رسائل بريدية تبرز بفاعلية، ليس فقط في جذب الانتباه، ولكن أيضًا في تحفيز الجمهور على التفاعل الإيجابي وتغيير السلوك، مع الحفاظ على مصداقية الرسالة وتجنب الإرهاق المعلوماتي للمستلمين؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN Training Center بتركيزها الشامل والعميق على التسويق بالبريد الإلكتروني الاحترافي للحملات التوعوية، مما يجعلها مختلفة ومتميزة عن الدورات الأخرى التي قد تقدم نظرة عامة فقط. نحن لا نقدم مجرد معلومات نظرية، بل نوفر تطبيقًا عمليًا مكثفًا يغطي جميع جوانب تصميم وتنفيذ حملات بريد إلكتروني مؤثرة. على سبيل المثال، بينما قد تشرح دورات أخرى كيفية إرسال رسالة بريد إلكتروني، فإننا نغوص في بناء وتنمية قوائم بريدية مستهدفة، وكيفية تصميم رسائل بريد إلكتروني جذابة ومقنعة خصيصًا لأهداف التوعية. نقدم دراسات حالة لحملات توعوية ناجحة باستخدام البريد الإلكتروني، ونحلل الاستراتيجيات التي مكنتها من تحقيق أهدافها. كما تركز الدورة على استخدام أدوات أتمتة التسويق وتحليل مقاييس أداء الحملات لضمان التحسين المستمر، مما يمنح المتدربين القدرة على قيادة حملات توعوية فعالة ومؤثرة. يضمن الجمع بين الخبرة الأكاديمية والعملية لمدربينا حصول المتدربين على معرفة عميقة ومهارات تطبيقية لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم لإحداث فرق إيجابي في مجتمعاتهم.