الدورة التدريبية: الإعلام والتجارة الإلكترونية وبناء الثقة



14 - 18 ديسمبر 2026
طوكيو
5800 € (للشخص الواحد)
Ref: #MED5652_334401

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في عصر يزداد فيه الاعتماد على الفضاء الرقمي، يتقاطع الإعلام والتجارة الإلكترونية: بناء الثقة ليشكلان ركيزة أساسية لنجاح الأعمال والمؤسسات. مع تزايد الشكوك حول المحتوى الرقمي ومصداقية المتاجر الإلكترونية، أصبح بناء الثقة ليس مجرد ميزة تنافسية، بل ضرورة حتمية. هذه الدورة التدريبية الشاملة من BIG BEN Training Center مصممة خصيصًا لتزويد مدراء التسويق، أخصائيو التجارة الإلكترونية، مسؤولي العلاقات العامة، منشئي المحتوى، ورجال الأعمال بالمعرفة والمهارات اللازمة لتوظيف الإعلام بفعالية في بناء جسور الثقة مع العملاء والمجتمعات. تغطي الدورة جوانب متعددة بدءًا من فهم العلاقة بين الإعلام الرقمي والتجارة الإلكترونية، آليات بناء المصداقية، فن صياغة المحتوى الموثوق، إدارة السمعة عبر الإنترنت، التعامل مع الأزمات، وصولًا إلى استراتيجيات تعزيز الولاء. نركز على أهمية الشفافية، الأصالة، والقدرة على تقديم قيمة حقيقية للجمهور. تستمد الدورة رؤاها من أحدث الأبحاث في سلوك المستهلك الرقمي وعلم النفس التسويقي، وتقدم أمثلة عملية ودراسات حالة لعلامات تجارية نجحت في بناء ثقة راسخة. الأكاديمي "Robert Cialdini" (روبرت سيالديني)، عالم النفس الاجتماعي والمؤلف الشهير لكتاب "التأثير: سيكولوجية الإقناع"، يقدم إطارًا نظريًا قيّمًا حول مبادئ الإقناع وكيف يمكن تطبيقها بشكل أخلاقي لبناء الثقة والمصداقية، وهو ما ينطبق بشكل كبير على تقاطع الإعلام والتجارة الإلكترونية: بناء الثقة. يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين المتدربين من إتقان الإعلام والتجارة الإلكترونية: بناء الثقة، مما يعزز قدرتهم على تحقيق نجاح مستدام في السوق الرقمي.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق الرقمي.
- أخصائيو التجارة الإلكترونية.
- مسؤولو العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- منشئو المحتوى الرقمي.
- رواد الأعمال وأصحاب المتاجر الإلكترونية.
- الصحفيون والإعلاميون المهتمون بالتجارة.
- المحللون الرقميون.
- المسؤولون عن خدمة العملاء.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- شركات التجارة الإلكترونية (التجزئة عبر الإنترنت).
- وكالات التسويق الرقمي والإعلان.
- شركات التكنولوجيا والبرمجيات.
- المؤسسات الإعلامية (التي تتضمن أقسام تجارة إلكترونية).
- شركات الخدمات اللوجستية والدفع الإلكتروني.
- الشركات الكبرى التي تبيع منتجاتها عبر الإنترنت.
- المنظمات غير الربحية (التي تعتمد على التبرعات الرقمية).
- القطاع التعليمي (للمنصات التعليمية الإلكترونية).

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق الرقمي.
- قسم التجارة الإلكترونية.
- قسم العلاقات العامة والاتصال.
- إدارة المحتوى.
- قسم خدمة العملاء.
- قسم السمعة والعلاقات الإعلامية.
- قسم المبيعات الرقمية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم العلاقة بين الإعلام وبناء الثقة في التجارة الإلكترونية.
- تطوير استراتيجيات محتوى إعلامي لبناء المصداقية.
- إدارة السمعة الرقمية للعلامات التجارية.
- التعامل بفعالية مع الأزمات الإعلامية والإلكترونية.
- استخدام الدليل الاجتماعي لبناء الثقة.
- تعزيز الشفافية والأصالة في التواصل.
- قياس أثر بناء الثقة على أداء التجارة الإلكترونية.
- تجنب الممارسات التي تضر بالثقة.
- تحويل الزوار إلى عملاء مخلصين.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة التدريبية على منهجية تفاعلية وعملية تهدف إلى صقل مهارات المشاركين في الإعلام والتجارة الإلكترونية: بناء الثقة. تبدأ الدورة بتقديم المفاهيم النظرية الأساسية للثقة في البيئة الرقمية، ثم تنتقل مباشرة إلى ورش عمل وتمارين عملية مكثفة تُمكن المتدربين من تطبيق استراتيجيات بناء الثقة في سياقات واقعية. سيقوم المتدربون بـ تحليل حملات إعلامية ناجحة في بناء الثقة، وتطوير خطط لإدارة السمعة الرقمية، وصياغة رسائل موثوقة، والتعامل مع سيناريوهات الأزمات الافتراضية، مع الحصول على تغذية راجعة مباشرة وبناءة من المدربين الخبراء. تتضمن الدورة دراسات حالة لشركات واجهت تحديات في الثقة وكيف تمكنت من استعادتها، وجلسات نقاش مفتوحة لتبادل الخبرات وأفضل الممارسات. 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 مبادرات فعالة في بناء الثقة وتعزيز النجاح في التجارة الإلكترونية.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات الثقة في العصر الرقمي.

- مفهوم الثقة والمصداقية في التجارة الإلكترونية.
- دور الإعلام الرقمي في بناء الثقة.
- العوامل المؤثرة في ثقة المستهلك.
- سيكولوجية اتخاذ القرار الشرائي.
- الشفافية والأصالة كركائز للثقة.
- السمعة الرقمية وأهميتها.
- أمثلة على العلامات التجارية الموثوقة.

الوحدة الثانية: المحتوى الإعلامي وبناء المصداقية.

- صياغة المحتوى الإعلامي الموثوق.
- الصحافة الموثوقة ودورها في التجارة الإلكترونية.
- القصص الإنسانية وبناء الارتباط العاطفي.
- المراجعات والتقييمات كدليل اجتماعي.
- شهادات العملاء ودراسات الحالة.
- المحتوى التعليمي والتثقيفي.
- التعاون مع المؤثرين الموثوقين.

الوحدة الثالثة: إدارة السمعة والأزمات عبر الإنترنت.

- مراقبة السمعة الرقمية.
- أدوات تحليل المشاعر والآراء.
- التعامل مع التعليقات السلبية والشكاوى.
- وضع خطة لإدارة الأزمات الإعلامية.
- استراتيجيات الاستجابة السريعة والفعالة.
- الشفافية في الأزمات.
- بناء فريق للاستجابة للأزمات.

الوحدة الرابعة: تعزيز الثقة من خلال التجارة الإلكترونية.

- أمان وخصوصية البيانات.
- خيارات الدفع الآمنة.
- سياسات الإرجاع والاستبدال الواضحة.
- دعم العملاء الفعال وسريع الاستجابة.
- التواصل المستمر والشفاف مع العملاء.
- بناء مجتمعات ولاء العملاء.
- تحويل الثقة إلى ولاء.

الوحدة الخامسة: قياس الأثر والتحديات المستقبلية.

- مقاييس الأداء الرئيسية لبناء الثقة.
- تحليل بيانات العملاء.
- تحديات بناء الثقة في عالم متغير.
- دور التقنيات الناشئة (AI, Blockchain) في تعزيز الثقة.
- أخلاقيات التسويق وبناء الثقة.
- مستقبل الإعلام والتجارة الإلكترونية.
- دراسات حالة متقدمة في بناء الثقة.

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 التحديات المتزايدة للمعلومات المضللة وغياب الثقة في الفضاء الرقمي، كيف يمكن للمؤسسات والشركات، من خلال تقاطع الإعلام والتجارة الإلكترونية، أن تتبنى استراتيجيات مبتكرة لبناء جسور ثقة عميقة ودائمة مع جمهورها، تتجاوز مجرد المعاملات التجارية لتصل إلى علاقات مبنية على المصداقية والولاء، مع ضمان الشفافية الكاملة في جميع مراحل التفاعل؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN Training Center بتركيزها الشامل والعميق على الإعلام والتجارة الإلكترونية: بناء الثقة، 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 تعزيز الثقة في البيئة الرقمية. على سبيل المثال، بينما قد تشرح دورات أخرى أساسيات التجارة الإلكترونية، فإننا نغوص في فهم العلاقة بين الإعلام وبناء الثقة وكيفية تطوير استراتيجيات محتوى إعلامي لبناء المصداقية. نقدم دراسات حالة لعلامات تجارية نجحت في بناء ثقة راسخة، ونحلل الاستراتيجيات التي مكنتها من تحقيق ولاء العملاء. كما تركز الدورة على إدارة السمعة الرقمية والتعامل بفعالية مع الأزمات الإعلامية والإلكترونية، مما يمنح المتدربين القدرة على حماية وتعزيز صورتهم الرقمية. يضمن الجمع بين الخبرة الأكاديمية والعملية لمدربينا حصول المتدربين على معرفة عميقة ومهارات تطبيقية لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم لتعزيز نجاح أعمالهم من خلال بناء الثقة.