الدورة التدريبية: المبيعات الرقمية الشاملة واستراتيجيات التسويق والأتمتة المتقدمة



29 نوفمبر - 03 ديسمبر 2026
المنامة
4400 € (للشخص الواحد)
Ref: #SAL7323_409533

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في عصر التحول الرقمي المتسارع، لم تعد المبيعات مجرد عملية إتمام صفقة، بل أصبحت فنًا وعلمًا يتطلب فهمًا عميقًا للسلوك البشري الرقمي وأدوات الأتمتة المبتكرة. هذه الدورة التدريبية الشاملة تأخذ المشاركين في رحلة معرفية متكاملة، بدءًا من فهم أساسيات المبيعات الرقمية وصولًا إلى إتقان استراتيجيات التسويق المتقدمة والأتمتة الذكية. يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة لتمكين الأفراد والمؤسسات من تحقيق أقصى استفادة من الفرص اللامتناهية التي يوفرها الفضاء الرقمي، وذلك من خلال بناء خطط مبيعات رقمية متكاملة، وتحسين تجربة العملاء عبر الإنترنت، واستخدام تحليلات البيانات لقرارات مستنيرة. يرى الأكاديمي البارز في مجال التسويق الرقمي، البروفيسور فيليب كوتلر (Philip Kotler)، أن التسويق الحديث يجب أن يكون مبنيًا على فهم عميق لاحتياجات العملاء وتوقعاتهم في البيئة الرقمية المتغيرة. تركز الدورة على تطبيق المفاهيم النظرية في سياقات عملية، مع أمثلة واقعية ودراسات حالة تفاعلية، لضمان اكتساب المشاركين للمهارات اللازمة للنجاح في عالم الأعمال الرقمي. إنها مصممة خصيصًا لتزويدكم بالأسس الصلبة والأدوات المتطورة التي تمكنكم من بناء وتطوير فرق مبيعات رقمية ناجحة، وتصميم حملات تسويقية رقمية مؤثرة، واستخدام أدوات الأتمتة لتحسين الكفاءة وزيادة الإيرادات. تهدف الدورة إلى تجاوز المفاهيم التقليدية للمبيعات والتسويق، لتدخل بكم إلى عالم استراتيجيات النمو الرقمي.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو المبيعات والتسويق.
- أخصائيو المبيعات الرقمية.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- المسؤولون عن تطوير الأعمال.
- مديرو المنتجات.
- المسوقون الرقميون.
- محللو البيانات في مجال المبيعات والتسويق.
- طلاب التسويق وإدارة الأعمال.
- المتخصصون في التجارة الإلكترونية.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الشركات الناشئة في جميع القطاعات.
- صناعة التكنولوجيا والبرمجيات.
- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- صناعة الخدمات المالية.
- الشركات العقارية.
- قطاع التعليم والتدريب.
- القطاع الصحي والصيدلاني.
- الشركات الاستشارية.

قطاع السياحة والضيافة.

- الهيئات الحكومية وما في حكمها التي تسعى لرقمنة خدماتها وتحسين التواصل مع الجمهور.
- الأقسام المؤسسية المستهدفة:
- إدارة المبيعات.
- إدارة التسويق الرقمي.
- قسم تطوير الأعمال.
- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة المنتجات.
- قسم التحليلات والذكاء الاصطناعي.
- إدارة العلاقات العامة الرقمية.
- أقسام التجارة الإلكترونية.
- إدارة الاتصالات المؤسسية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- تصميم استراتيجيات مبيعات رقمية شاملة وفعالة.
- تحسين مسار تحويل المبيعات الرقمي.
- استخدام أدوات أتمتة المبيعات والتسويق بفعالية.
- تحليل بيانات المبيعات الرقمية لاتخاذ قرارات مستنيرة.
- بناء فرق مبيعات رقمية عالية الأداء.
- تطبيق أفضل ممارسات التسويق بالمحتوى لزيادة المبيعات.
- تطوير حملات إعلانية رقمية ناجحة.
- قياس عائد الاستثمار لحملات المبيعات والتسويق الرقمية.
- إدارة علاقات العملاء في البيئة الرقمية.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين عمليات المبيعات.

منهجية الدورة التدريبية:

يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة منهجية تدريبية تفاعلية وشاملة، تجمع بين الأطر النظرية والممارسات العملية لضمان تحقيق أقصى استفادة للمشاركين. تتضمن المنهجية مزيجًا من المحاضرات التفاعلية التي يقدمها خبراء في مجال المبيعات الرقمية واستراتيجيات التسويق والأتمتة، إلى جانب ورش العمل التطبيقية التي تتيح للمشاركين فرصة تطبيق المفاهيم المكتسبة في سيناريوهات واقعية. يتم التركيز على دراسات الحالة الفعلية، حيث يتم تحليل تحديات وحلول مبيعات رقمية من شركات رائدة، مما يساعد المشاركين على فهم كيفية تطبيق الاستراتيجيات في بيئات عمل متنوعة. كما يتم تشجيع العمل الجماعي وتبادل الخبرات بين المشاركين، مما يثري النقاش ويخلق بيئة تعليمية تعاونية. يتم تقديم جلسات تغذية راجعة منتظمة لتقييم تقدم المشاركين وتوفير توجيهات فردية لتعزيز مهاراتهم في المبيعات الرقمية وتحسين استراتيجياتهم. تُعد هذه المنهجية فعالة في تمكين المشاركين من تطوير خطط عمل قابلة للتطبيق، وتعزيز قدراتهم في تحليل البيانات واتخاذ القرارات الاستراتيجية في مجال التسويق الرقمي والأتمتة.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات المبيعات الرقمية الشاملة.

- مفهوم المبيعات الرقمية وتطورها.
- الفرق بين المبيعات التقليدية والرقمية.
- العميل الرقمي: فهم سلوكه واحتياجاته.
- بناء مسار تحويل المبيعات الرقمي (Digital Sales Funnel).
- أدوات وتقنيات المبيعات الرقمية الحديثة.
- التحليلات الأولية للمبيعات الرقمية.
- تحديد أهداف المبيعات الرقمية الذكية.

الوحدة الثانية: استراتيجيات التسويق الرقمي الفعال.

- التسويق بالمحتوى لدعم المبيعات.
- تحسين محركات البحث للمبيعات الرقمية.
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي للمبيعات.
- حملات الإعلانات المدفوعة (PPC) لزيادة المبيعات.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني للمبيعات.
- التسويق بالعمولة والشراكات الرقمية.
- بناء العلامة التجارية الرقمية الداعمة للمبيعات.

الوحدة الثالثة: أتمتة المبيعات والتسويق.

- مقدمة في أتمتة المبيعات والتسويق.
- أدوات إدارة علاقات العملاء (CRM) وأتمتة المبيعات.
- أتمتة التسويق: من التوعية إلى التحويل.
- أتمتة البريد الإلكتروني وسير العمل.
- الدردشة الآلية (Chatbots) ودورها في المبيعات.
- أتمتة تحليل البيانات والتقارير.
- أفضل الممارسات في تطبيق الأتمتة.

الوحدة الرابعة: تحليل البيانات والقياس في المبيعات الرقمية.

- مقدمة في تحليل بيانات المبيعات والتسويق.
- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للمبيعات الرقمية.
- استخدام أدوات التحليل لقياس الأداء.
- تحليل سلوك المستخدمين الرقمي.
- تفسير البيانات لاتخاذ قرارات مستنيرة.
- تتبع عائد الاستثمار (ROI) للحملات.
- بناء لوحات معلومات للمبيعات الرقمية.

الوحدة الخامسة: المبيعات الرقمية المتقدمة وتحديات المستقبل.

- التسويق الشخصي والتجارب المخصصة.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في المبيعات الرقمية.
- المبيعات عبر التجارة الاجتماعية (Social Commerce).
- تحديات المبيعات الرقمية والحلول.
- بناء فرق مبيعات رقمية ناجحة.
- أخلاقيات المبيعات والتسويق الرقمي.
- الاتجاهات المستقبلية في المبيعات الرقمية.

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 للمنظمات الصغيرة ذات الموارد المحدودة أن تستفيد من استراتيجيات المبيعات الرقمية والأتمتة المتقدمة لتحقيق نمو مستدام، مع الأخذ في الاعتبار التحديات التكنولوجية والبشرية؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة بتركيزها الشامل والعميق على دمج المبيعات الرقمية مع استراتيجيات التسويق والأتمتة، مما يوفر للمشاركين رؤية متكاملة وغير مجزأة لعملية النمو الرقمي. خلافًا للدورات التي قد تتناول جانبًا واحدًا، نركز هنا على التآزر بين هذه العناصر لتقديم حلول متكاملة تلامس الواقع العملي للشركات. تعتمد الدورة على أمثلة عملية ودراسات حالة مستقاة من تجارب شركات رائدة، مما يسمح للمشاركين بتطبيق المفاهيم بشكل فوري وفعال. كما نركز على تطوير مهارات التفكير النقدي والتحليلي لدى المشاركين، لتمكينهم من صياغة استراتيجيات مبيعات رقمية مبتكرة وقابلة للتكيف مع التغيرات السوقية. إنها ليست مجرد دورة لتعلم الأدوات، بل هي مساحة لاكتساب فهم عميق للمبادئ التي تحكم النجاح في الفضاء الرقمي، مع التركيز على بناء القدرة على اتخاذ قرارات مستنيرة وتحقيق نتائج ملموسة في عالم المبيعات الرقمية المعقد.