الدورة التدريبية: الترويج الاستراتيجي للسياحة العلاجية في الأسواق الدولية والمحلية



20 - 24 ديسمبر 2026
الدوحة
5500 € (للشخص الواحد)
Ref: #TOU8185_402430

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

تُعد السياحة العلاجية قطاعًا واعدًا ومتناميًا، حيث يجمع بين الرعاية الصحية والسفر، مما يتطلب استراتيجيات تسويقية فريدة ومبتكرة. يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة المتخصصة لتزويد المشاركين بالمهارات اللازمة للترويج الفعال للسياحة العلاجية في الأسواق المحلية والدولية. تغطي الدورة كافة الجوانب المتعلقة بهذا المجال، بدءًا من فهم طبيعة السياحة العلاجية وأنواعها، وصولًا إلى بناء العلامة التجارية، واستخدام القنوات التسويقية الصحيحة، وتطوير برامج ترويجية مخصصة. سنتناول كيفية تحديد الأسواق المستهدفة، وتصميم الحملات التي تتناسب مع احتياجات المرضى الدوليين، والتعاون مع الجهات الصحية ووكالات السفر. تعتمد الدورة على رؤى أكاديمية من الخبير في مجال التسويق الصحي، الدكتور بيتر فيسك Peter Fisk، الذي تناول في كتابه "People Planet Profit: How to Drive Sustainable Growth in a Global Economy" أهمية بناء استراتيجيات تسويق مسؤولة ومبتكرة لتحقيق النجاح.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو التسويق في المستشفيات والعيادات.
- مسؤولو تطوير الأعمال في القطاع الصحي.
- مستشارو السياحة العلاجية.
- ممثلو شركات السياحة والسفر المتخصصة.
- مديرو المراكز الصحية والمنتجعات الطبية.
- المسؤولون في الجهات الحكومية المعنية بالسياحة والصحة.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- القطاع الصحي والمستشفيات الخاصة.
- قطاع السياحة والسفر.
- شركات التأمين الصحي.
- شركات الأدوية والمستلزمات الطبية.
- الهيئات الحكومية وما في حكمها المعنية بتنمية السياحة.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق.
- تطوير الأعمال.
- العلاقات العامة.
- إدارة العمليات.
- القسم الدولي في المؤسسات الصحية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم مكونات السياحة العلاجية وكيفية الترويج لها.
- تطوير خطة تسويقية شاملة لبرامج السياحة العلاجية.
- تحديد الأسواق الدولية المستهدفة واختيار القنوات الترويجية المناسبة.
- بناء هوية وعلامة تجارية قوية للمؤسسة في هذا القطاع.
- استخدام أدوات التسويق الرقمي والمحتوى المتخصص.
- التعاون مع وكلاء السفر والجهات الوسيطة.
- قياس فعالية الحملات التسويقية وتحليل العائد على الاستثمار.

منهجية الدورة التدريبية:

يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة بمنهجية تطبيقية تجمع بين المحاضرات التفاعلية وورش العمل ودراسات الحالة. يتم توجيه المشاركين في رحلة عملية تبدأ بفهم أساسيات التسويق الاستراتيجي، مروراً بتحليل السوق وتحديد الجمهور المستهدف. ستشمل المنهجية استخدام أحدث أدوات التحليل التسويقي، وتصميم حملات إعلانية افتراضية، ومناقشة أمثلة واقعية لحملات ناجحة في السياحة العلاجية. سيتم تشجيع العمل الجماعي لمناقشة التحديات والحلول، مع توفير تغذية راجعة من المدربين المتخصصين. هذه المنهجية تضمن أن يكتسب المشاركون الخبرة العملية اللازمة لوضع وتنفيذ خطط تسويقية ناجحة تساهم في نمو مؤسساتهم وتنافسيتها في السوق العالمية.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات السياحة العلاجية والتسويق

- تعريف السياحة العلاجية وأنواعها.
- تحليل البيئة التنافسية للسياحة العلاجية.
- فهم سلوك المريض الدولي واحتياجاته.
- بناء هوية العلامة التجارية في القطاع الصحي.
- تحديد القيمة المضافة للمؤسسة.
- أهمية الثقة والسمعة في هذا القطاع.
- تطبيق عملي على تحليل SWOT للمؤسسة.

الوحدة الثانية: التخطيط الاستراتيجي للترويج

- وضع خطة تسويقية شاملة للسياحة العلاجية.
- تحديد الأسواق المستهدفة بناءً على عوامل ديموغرافية وثقافية.
- تحديد الميزانية التسويقية وتوزيعها بفعالية.
- تطوير رسائل تسويقية مقنعة ومؤثرة.
- فهم اللوائح القانونية والأخلاقية في التسويق الصحي.
- تخطيط الحملات الإعلانية.
- ورشة عمل حول صياغة خطة تسويقية.

الوحدة الثالثة: التسويق الرقمي والمحتوى المتخصص

- بناء استراتيجية تسويق رقمي متكاملة.
- استخدام منصات التواصل الاجتماعي للترويج.
- أهمية المحتوى المتخصص (قصص النجاح، المدونات، الفيديو).
- بناء الموقع الإلكتروني كأداة تسويقية رئيسية.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني.
- استخدام أدوات التحليل لقياس أداء الحملات.
- تطبيق عملي على بناء محتوى تسويقي.

الوحدة الرابعة: العلاقات والشراكات الاستراتيجية

- بناء شبكة علاقات مع وكالات السفر والسياحة.
- التعاون مع المستشفيات والعيادات الدولية.
- أهمية المؤتمرات والمعارض الدولية.
- التعامل مع الجهات الحكومية والمنظمات الدولية.
- إدارة العلاقات مع المترجمين والوسطاء.
- تطوير برامج شراكة مع شركات التأمين.
- ورشة عمل حول بناء شبكات العلاقات.

الوحدة الخامسة: قياس الأداء وتطوير البرامج

- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs).
- تحليل العائد على الاستثمار (ROI) للحملات.
- جمع وتحليل التغذية الراجعة من العملاء.
- تطوير برامج ومبادرات جديدة بناءً على النتائج.
- الاستدامة والابتكار في السياحة العلاجية.
- الاتجاهات المستقبلية في القطاع.
- جلسة نقاش حول قصص نجاح من الواقع.

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 تنوع الخدمات الصحية والتحديات الثقافية في الأسواق الدولية، كيف يمكن للمؤسسات أن تبني رسالة تسويقية موحدة وفعالة دون أن تفقد خصوصية كل سوق مستهدف؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة بكونها مصممة خصيصًا لتلبية احتياجات قطاع السياحة العلاجية الذي يتطلب دمج خبرات من مجالي الصحة والتسويق. يقدم BIG BEN Training Center محتوى عمليًا يركز على التطبيقات الواقعية والاستراتيجيات التي أثبتت نجاحها. نحن لا نكتفي بتقديم المعلومات النظرية، بل نركز على تمكين المشاركين من بناء خطط تسويقية متكاملة بأنفسهم، من تحديد الجمهور المستهدف وصولًا إلى قياس النتائج. هذه الدورة هي استثمار في القدرة على التفكير الاستراتيجي والترويج بفعالية، مما يجعل المتدرب قادرًا على المنافسة في هذا السوق المتنامي والمربح.