



**الحضور الرقمي الدورة التدريبية: استراتيجيات التسويق الرقمي  
النمو المستدام بأقل التكاليف للمشاريع الصغيرة والناشئة: بناء  
وتحقيق**

**Ref: #MAR4613**



## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

والناشطة، بهدف تمكينهم التدريبية الشاملة المصممة خصيصاً لرواد الأعمال يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة الممكنة. في عالم اليوم المتسارع، أصبح من بناء حضور رقمي قوي وتحقيق النمو المستدام بأقل وأصحاب المشاريع الصغيرة واستراتيجياته لنجاح أي مشروع. هذه الدورة تغطي كل ما يحتاجه التسويق الرقمي ليس مجرد خيار، بل ضرورة حتمية التكاليف نحن نؤمن بأن المعرفة الصحيحة الفعالة، وصولاً إلى تطبيقات عملية تمكنهم من المشاركة، من أساسيات التسويق الرقمي إلى قصص نجاح ملهمة. تركز الدورة على أساليب والأدوات المناسبة يمكن أن تحول المشاريع الصغيرة المنافسة بفعالية. الاجتماعي، وإدارة بالمحتوى الفعال، تحسين محركات البحث المحلية، تسويقية مبتكرة وذات تكلفة منخفضة، مثل التسويق الصغيرة تحقيق أقصى استفادة من الموارد الحملات الإعلانية بذكاء. سنستكشف كيف يمكن التسويق عبر وسائل التواصل مستوحاة من التسويق. تستند هذه الدورة إلى أحدث الأبحاث المتاحة، وكيفية قياس العائد على الاستثمار في المشاريع على أهمية فهم احتياجات (Kotler) أفكار أكاديميين بارزين مثل فيليب كوتلر (Philip) والدراسات في مجال التسويق الرقمي، السوق للتسويق الناجح. هذه الدورة هي بمثابة خارطة طريق العملاء وبناء علاقات قوية معهم كركيزة أساسية، الذي يؤكد الرقمي. شاملة لبناء علامة تجارية قوية والتوسع في



## لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- أصحاب المشاريع الصغيرة.
- رواد الأعمال.
- مديرو التسويق في الشركات الناشئة.
- المستقلون وأصحاب الأعمال الحرة.
- الخريجون الجدد المهتمون بالتسويق الرقمي.
- التكاليف المهتمون بتعلم استراتيجيات التسويق الفعالة بأقل

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- التجارة الإلكترونية.
- الخدمات الاستشارية.
- التصنيع والبيع بالتجزئة.
- الخدمات اللوجستية.
- الضيافة والسياحة.
- الخدمات الصحية.
- التعليم والتدريب.
- المنظمات غير الربحية.
- لتحسين تواصلها مع الجمهور، الهيئات الحكومية والجهات شبه الحكومية التي تسعى

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- قسم التسويق<sup>١</sup>.
- قسم المبيعات<sup>١</sup>.
- قسم تطوير الأعمال<sup>١</sup>.
- قسم خدمة العملاء<sup>١</sup>.
- قسم الإعلام والعلاقات العامة<sup>١</sup>.
- الإدارة العليا<sup>١</sup>.

## أهداف الدورة التدريبية<sup>١</sup>:

أتقن المهارات التالية<sup>١</sup>: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- المتكاملة<sup>١</sup> فهم أساسيات التسويق الرقمي واستراتيجياته
- والناشئة<sup>١</sup> تطوير خطط تسويقية فعالة للمشاريع الصغيرة
- إنشاء محتوى تسويقي جذاب ومؤثر بأقل التكاليف<sup>١</sup>.
- استخدام أدوات التسويق الرقمي لتحقيق أقصى وصول<sup>١</sup>.
- مستنيرة<sup>١</sup> تحليل بيانات التسويق لتحسين الأداء واتخاذ قرارات
- الرقمي<sup>١</sup> بناء علاقات قوية مع العملاء عبر قنوات التسويق
- التكلفة<sup>١</sup> إدارة الحملات الإعلانية المدفوعة بكفاءة وفعالية
- تحديد الجمهور المستهدف وتخصيص الرسائل التسويقية<sup>١</sup>.
- تحسين التواجد الرقمي عبر مختلف المنصات<sup>١</sup>.
- قياس العائد على الاستثمار في الأنشطة التسويقية<sup>١</sup>.

## منهجية الدورة التدريبية<sup>١</sup>:



BIG BEN Training وشاملة تضمن تحقيق أقصى استفادة للمشاركين. يبدأ تعتمد هذه الدورة التدريبية على منهجية تفاعلية شركات نجحت في تطبيق استراتيجيات تشرح المفاهيم الأساسية، تليها أمثلة عملية ودراسات كل وحدة بمقدمة نظرية Center عمل مصغرة وتمارين تطبيقية، حيث يتاح للمشاركين التسويق الرقمي. يتم تشجيع العمل الجماعي من خلال حالة واقعية من مفتوحة، طرح مشاريع افتراضية. يتم تخصيص جزء كبير من الوقت فرصة لتطبيق ما تعلموه على مشاريعهم الخاصة أو ورش ومستمرة من المدرب لضمان أسئلة، وتبادل الخبرات بين المشاركين والمدرّب. يتم للجلسات التفاعلية التي تتضمن مناقشات المنهجية استخدام أدوات وموارد رقمية متنوعة فهم عميق للمحتوى وتصحيح أي مفاهيم خاطئة. كما توفير تغذية راجعة بناءة النظري، بل الرقمي المختلفة وتطوير مهاراتهم في التحليل لمساعدة المشاركين على استكشاف أساليب التسويق تتضمن فوراً في بيئة العمل الحقيقية، مع تركيز على تزويد المشاركين بالمهارات العملية التي والتخطيط. لا تقتصر الدورة على الجانب المنخفضة والفعالية العالية التركيز على استراتيجيات التسويق ذات التكلفة يمكن تطبيقها

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

### الاستراتيجية. الوحدة الأولى: أساسيات التسويق الرقمي وبناء



- مفهوم التسويق الرقمي وأهميته للمشاريع الصغيرة.
- تحديد الأهداف التسويقية الذكية (SMART).
- تحليل الجمهور المستهدف وتحديد شخصية المشتري.
- وضع استراتيجية تسويقية متكاملة.
- تحليل المنافسين وتحديد الميزة التنافسية.
- ميزانية التسويق الرقمي للمشاريع الصغيرة.
- أدوات قياس الأداء الرئيسية.

## الجدابة. الوحدة الثانية: التسويق بالمحتوى الفعال والقصص

- أهمية التسويق بالمحتوى في بناء العلامة التجارية.
- أنواع المحتوى الرقمي (نصي، مرئي، صوتي).
- كيفية إنشاء محتوى جذاب وقيّم.
- استراتيجيات توزيع المحتوى.
- قياس أداء المحتوى.
- المدونات والقصص الرقمية.
- أدوات لإنشاء المحتوى المجاني.

## الاجتماعي للمشاريع الصغيرة. الوحدة الثالثة: التسويق عبر وسائل التواصل

- اختيار المنصات الاجتماعية المناسبة لمشروعك.
- بناء استراتيجية محتوى لوسائل التواصل الاجتماعي.
- التجارية التفاعل مع الجمهور وبناء مجتمع حول العلامة.
- بميزانية محدودة. الإعلانات المدفوعة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- أدوات جدولة المحتوى وتحليل الأداء.
- أفضل الممارسات لزيادة التفاعل.
- الاستفادة من المؤثرين الصغار.



## وخدمة العملاء الرقمية. الوحدة الرابعة: التسويق عبر البريد الإلكتروني

- العلاقات. أهمية التسويق عبر البريد الإلكتروني في بناء
- بناء قائمة بريدية فعالة.
- تصميم رسائل بريدية جذابة ومعدلات فتح عالية.
- أتمتة حملات البريد الإلكتروني.
- استراتيجيات خدمة العملاء عبر القنوات الرقمية.
- تحسين تجربة العميل الرقمية.
- أدوات مجانية للتسويق عبر البريد الإلكتروني.

## الوحدة الخامسة: تحليل الأداء والنمو المستدام.

- الرقمي. مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في التسويق
- أدوات تحليل الويب وتحليل سلوك المستخدم.
- كيفية قراءة التقارير وتحويل البيانات إلى رؤى.
- تحسين الحملات التسويقية بناءً على التحليلات.
- استراتيجيات النمو والتوسع للمشاريع الناشئة.
- بناء خطة تسويقية مستقبلية.
- الابتكار في التسويق الرقمي.

## الأسئلة المتكررة:

### التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة.

الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد



المدة إلى ٢٥٢٠- بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، ساعة تدريبية، راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي

## سؤال للتأمل:

الأساسية في إلى فرص إبداعية في مجال التسويق الرقمي، مع الحفاظ كيف يمكن للمشاريع الصغيرة تحويل التحديات العالية بيئة تنافسية شديدة؟ على هوية العلامة التجارية وقيمتها

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



التقليدية التي والموجه خصيصاً لتحديات المشاريع الصغيرة والناشئة، تتميز هذه الدورة التدريبية بتركيزها العملي المكثف نحن نركز على استراتيجيات التسويق الرقمي غالباً ما تركز على الشركات الكبيرة ذات الميزانيات مما يجعلها مختلفة عن الدورات باستخدام عائد على الاستثمار. تقدم الدورة رؤى فريدة حول التي يمكن تنفيذها بأقل التكاليف، مع تحقيق أقصى الضخمة. إلى عملاء مخلصين، بالإضافة إلى أدوات مجانية أو منخفضة التكلفة، وكيفية تحويل كيفية بناء حضور رقمي قوي من الصفر، نجاح ملهمة، مما يمنح المشاركين فهماً عميقاً ذلك، تعتمد الدورة على دراسات حالة واقعية وقصص الجمهور المستهدف الصغيرة على النمو عملية. نحن لا نقدم مجرد معلومات، بل نوفر خارطة لكيفية تطبيق المفاهيم النظرية في سيناريوهات ومستدامة. هذه الدورة هي استثمار والازدهار في السوق الرقمي، مع التركيز على بناء طريق متكاملة لمساعدة المشاريع والمهارات اللازمة لتحقيق التميز في التسويق حقيقي في مستقبل مشروعك، حيث تزويدك بالمعرفة علامة تجارية قوية الرقمي.