



## السياحية الدورة التدريبية: التسويق بالمحتوى والقصص الإبداعية للوجهات

اغسطس ٢٠٢٦ ٠٧ - ٠٣

دوسلدورف

(للشخص الواحد) € ٤٢٠٠

Ref: #TOU2933\_352363



## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

هو المفتاح يقتصر على عرض الصور الجميلة والمعلومات الأساسية. في عالم السياحة التنافسي، لم يعد الترويج للوجهات تهدف إلى Training Center لجذب المسافرين وخلق تجربة لا تُنسى. يقدم BIG BEN بل أصبح بناء قصة فريدة وجذابة للوجهة بالمحتوى والقصص الإبداعية. سنتعلم كيف تمكين العاملين في قطاع السياحة من إتقان فن هذه الدورة المتخصصة التي ومكتوب يبرز تلامس قلوب المسافرين، وكيفية استخدام مختلف نروي قصصاً عن التراث والثقافة والطبيعة بطريقة التسويق الحديث، وتطوير استراتيجيات الجوانب الفريدة لكل وجهة. تركز الدورة على فهم المنصات الرقمية لإنشاء محتوى مرئي في التسويق السياحي، توم أوينز Tom Owens ، محتوى متكاملة. تستلهم الدورة رؤاها من أعمال سلوك المستهلك السياحي القصص في بناء علامات تجارية سياحية قوية ومستدامة. الذي تناول في كتابه " Tourism Marketing أهمية سرد الخبر

## الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو التسويق في هيئات السياحة.
- خبراء العلاقات العامة في الوجهات السياحية.
- مؤلفو المحتوى والمتخصصون في التسويق الرقمي.
- المرشدون السياحيون وخبراء التراث الثقافي.
- مديرو الفنادق والمنتجعات.
- أصحاب المشاريع السياحية الصغيرة.



## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- هيئات ومجالس الترويج السياحي.
- وكالات السفر والشركات السياحية.
- قطاع الفنادق والضيافة.
- المتاحف والمواقع الأثرية.
- الشركات الإعلامية المتخصصة بالسفر.
- السياحة. الجهات الحكومية وما في حكمها المعنية بتطوير

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق.
- العلاقات العامة والإعلام.
- تطوير المحتوى الرقمي.
- إدارة العلامة التجارية.
- تخطيط الحملات السياحية.

## أهداف الدورة التدريبية:

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



- فهم مبادئ التسويق بالمحتوى في القطاع السياحي.
- بناء استراتيجية سرد قصص فعالة للوجهات السياحية.
- يروي قصة الوجهة. إنشاء محتوى جذاب ومتنوع (مقالات، صور، فيديوهات)
- استخدام مختلف القنوات الرقمية لترويج المحتوى.
- تحليل الجمهور المستهدف وتحديد اهتماماته.
- بناء هوية فريدة وعلامة تجارية قوية للوجهة.
- قياس فعالية الحملات وتأثيرها على جذب السياح.

## منهجية الدورة التدريبية:

تتيح للمشاركين تطبيقية تركز على الإبداع والتفكير الاستراتيجي. يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة بمنهجية وفشل لوجهات عالمية، مما يمنح تطبيق المفاهيم النظرية على وجهات سياحية حقيقية. تعتمد الدورة على ورش عمل مكثفة أدوات مبتكرة لصناعة المحتوى، مع التركيز على المتدربين رؤية عميقة لأفضل الممارسات. سنستخدم سيتم تحليل قصص نجاح على منصات التواصل متكاملة، بدءاً من تحديد القصة الرئيسية للوجهة الجانب العملي. سيقوم المشاركون بتطوير خطة محتوى بالمعرفة، بل بالقدرة على تنفيذ حملات الاجتماعي. هذه المنهجية تضمن أن يخرج المتدربون وصولاً إلى جدول زمني للنشر تسويقية إبداعية ومؤثرة تترك أثراً دائماً. ليس فقط

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

### الوحدة الأولى: أسس التسويق بالمحتوى السردية



- مفهوم التسويق بالمحتوى في قطاع السياحة.
- لماذا القصص مهمة في الترويج للوجهات.
- بناء القصة الرئيسية للوجهة السياحية.
- المغامرات، الاسترخاء، التعرف على أنواع المحتوى السياحي (الثقافي،
- تحليل الجمهور المستهدف واهتماماته.
- تحديد القيمة الفريدة للوجهة.
- تطبيق عملي على صياغة قصة وجهة.

## الوحدة الثانية: استراتيجيات المحتوى الرقمي

- وضع خطة محتوى متكاملة.
- أنواع المحتوى (المكتوب، المرئي، التفاعلي).
- استخدام الصور والفيديوهات لتعزيز القصة.
- أهمية التدوين ومقالات السفر.
- صناعة المحتوى لوسائل التواصل الاجتماعي.
- القصص المصورة والجولات الافتراضية.
- ورشة عمل حول التخطيط للمحتوى.

## الوحدة الثالثة: بناء العلامة التجارية للوجهات



- مفهوم العلامة التجارية للوجهة.
- البصرية). عناصر العلامة التجارية (الرؤية، الرسالة، الهوية
- كيفية بناء علامة تجارية قوية وموحدة.
- التعامل مع التحديات التي تواجه العلامة التجارية.
- إدارة سمعة الوجهة على الإنترنت.
- دور المؤثرين في بناء العلامة التجارية.
- تطبيق عملي على تصميم هوية بصرية.

## الوحدة الرابعة: ترويج المحتوى والشراكات

- استراتيجيات ترويج المحتوى عبر المنصات الرقمية.
- التعاون مع وكالات التسويق السياحي.
- الشراكات مع المدونين والمؤثرين.
- الاستفادة من المحتوى الذي يولده المستخدمون (UGC).
- حملات البريد الإلكتروني المخصصة.
- إطلاق الحملات الإعلانية المدفوعة.
- تطبيق عملي على إعداد حملة ترويجية.

## الوحدة الخامسة: قياس الأداء وتطوير المحتوى

- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للمحتوى.
- تحليل البيانات وتقارير الأداء.
- فهم كيفية تأثير المحتوى على قرارات المسافرين.
- جمع التغذية الراجعة من الجمهور.
- تطوير المحتوى بناءً على النتائج.
- الاتجاهات المستقبلية في التسويق السياحي.
- جلسة نقاش حول قصص نجاح من الواقع.



## 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:

من الميزات المحدودة، أن تنافس الوجهات الكبرى في سرد القصص، كيف يمكن للوجهات السياحية الصغيرة، ذات الموارد الضخمة؟ وهل يمكن للقصة أن تكون أكثر تأثيراً

## ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



الأدوات التقنية، القصص، الذي يعتبر أحد أقوى أدوات التسويق في العصر تتميز هذه الدورة بتركيزها العميق على فن سرد BIG BEN Training Center أن السياحة بل تركز على الجانب الإبداعي والإنساني في صناعة الحديث. لا تكتفي الدورة بتقديم الأكاديمية المحتوى ليعلمك كيفية بناء علاقة عاطفية بين هي في جوهرها تجربة إنسانية، ولذلك تم تصميم المحتوى. يدرك لقصص جذابة، قادر على إلهام مع التطبيقات العملية، ستتعلم كيف تتحول من مجرد المسافر والوجهة. من خلال دمج النظرية المسافرين وتحويل الوجهات إلى ذكريات لا تُنسى. مروج إلى راو