لتعزيز الثقة الدورة التدريبية: بناء استراتيجيات التسويق بالمراجعات والتقييمات

مايو ٢٠٢٦ ٢٩ - ٢٥

بوسطن

(للشخص الواحد) € ٥٧٠٠

Ref: #MAR3271_204616

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

التجارية. هذه الدورة والتقييمات عبر الإنترنت حجر الزاوية لبناء الثقة في عصر يسيطر فيه التسويق الرقمي، أصبحت المراجعات
والتقنيات اللازمة لتوظيف قوة آراء العملاء في التدريبية الشاملة تقدم للشركات والمحترفين الأدوات والمصداقية للعلامات
فعالة لإدارة سيكولوجية المراجعات وتأثيرها على سلوك المستهلك، تعزيز سمعتهم وزيادة مبيعاتهم. بدءاً من فهم
كل جوانب التسويق بالمراجعات. سيتعلم المراجعات السلبية وتحويلها إلى فرص للتحسين، تغطي وصولاً إلى وضع استراتيجيات
المراجعات الدليل الاجتماعي، وتحليل المشاعر لتعزيز تجربة المشاركون كيفية جمع مراجعات أصيلة، والاستفادة من هذه الدورة
قرارات الشراء. يشير "كينيث لو بمثابة مرآة تعكس أداء الشركة، وهي تؤثر بشكل مباشر العملاء وبناء ولاء طويل الأمد. تعتبر
حيث أعماله حول التسويق إلى الأهمية المتزايدة للعوامل مونييه-فيتزهيو" Kenneth Le Monnier-Fitzhugh في على
يكتسبها من خلال تفاعلات لم يعد التركيز فقط على جودة المنتج، بل يمتد إلى غير التقليدية في بناء سمعة العلامة التجارية،
الدورة المصممة بعناية لمساعدة الشركات Center العملاء ومراجعاتهم. يقدم BIG BEN Training الثقة والمصداقية التي
تركز على وتزويد المشاركين بالمهارات العملية اللازمة للتفوق على تحقيق أقصى استفادة من التسويق بالمراجعات، هذه
استراتيجيات السمعة وبناء الثقة الرقمية. في هذا المجال الحيوي والمتنامي. الدورة

لـ: الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدراء التسويق الرقمي.
- أخصائيو التسويق بالمحتوى.
- مدراء العلامات التجارية.
- مدراء خدمة العملاء.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- المسؤولون عن إدارة السمعة عبر الإنترنت.
- مدراء المبيعات الذين يسعون لتعزيز التحويلات.
- المستشارون في مجال التسويق.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- التجارة الإلكترونية والبيع بالتجزئة.
- الضيافة والسياحة.
- الخدمات المالية والمصرفية.
- الرعاية الصحية والصيدلانية.
- التكنولوجيا والبرمجيات.
- التعليم والتدريب.
- العقارات.
- الاستشارات والتطوير المؤسسي.
- الجهات الحكومية وما في حكمها.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- أقسام التسويق.
- أقسام المبيعات.
- أقسام خدمة العملاء.
- أقسام العلاقات العامة.
- أقسام تطوير الأعمال.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- بناء الثقة والمصداقية. فهم عميق لأهمية التسويق بالمراجعات والتقييمات في
- الأصيلة. تطوير استراتيجيات فعالة لجمع المراجعات الإيجابية
- لتحسين تجربة العملاء. إدارة المراجعات السلبية بفعالية وتحويلها إلى فرص
- وتحديد مجالات التحسين. تحليل المشاعر في المراجعات لفهم رضا العملاء
- الحملات التسويقية. الاستفادة من الدليل الاجتماعي وشهادات العملاء في
- قياس تأثير المراجعات على المبيعات وولاء العملاء.
- على التقييمات. تطبيق أفضل الممارسات في تحسين تجربة العملاء بناءً

منهجية الدورة التدريبية:

استراتيجيات السمعة. وشاملة، تجمع بين المحاضرات النظرية والمناقشات تعتمد هذه الدورة التدريبية على منهجية تفاعلية الرقمية من خلال التسويق بالمراجعات، سيتم تقديم دراسات حالة واقعية لشركات نجحت في بناء الجماعية لتعميق الفهم وبناء وورش عمل إدارة المراجعات السلبية وكيف قامت بتحويلها إلى بالإضافة إلى دراسات حالة لشركات واجهت تحديات في الثقة مثل صياغة ردود احترافية على تطبيقية تتيح للمشاركين فرصة ممارسة المهارات نجاحات. تتضمن الدورة جلسات تفاعلية بيانات التقييمات. سيتم التركيز على العمل الجماعي المراجعات، وتصميم استبيانات رضا العملاء، وتحليل المكتسبة مباشرةً، إلى مبيعات. يقدم BIG BEN المتعلقة بإدارة السمعة عبر الإنترنت، بما في ذلك لتبادل الخبرات وتطوير حلول مبتكرة للمشكلات تشجيع المشاركة الفعالة وتقديم التغذية الراجعة بيئة تعليمية محفزة، حيث يتم Training Center كيفية تحويل المراجعات المستمرة لضمان تحقيق أقصى استفادة من الدورة.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

والتقييمات. الوحدة الأولى: أساسيات التسويق بالمراجعات

- مفهوم التسويق بالمراجعات والتقييمات.
- أهمية الثقة والمصداقية في العصر الرقمي.
- الشراء. سيكولوجية المستهلك وتأثير المراجعات على قرارات
- أنواع المراجعات والتقييمات ومصادرها المختلفة.
- الدليل الاجتماعي ودوره في بناء العلامة التجارية.
- الإيجابية. الوحدة الثانية: استراتيجيات جمع المراجعات
- أفضل الممارسات لطلب المراجعات من العملاء.
- تحفيز العملاء على ترك تقييمات أصيلة.
- أدوات ومنصات جمع المراجعات (مثل جوجل، فيسبوك).
- بناء الثقة الرقمية من خلال التقييمات الإيجابية.
- تصميم حملات لزيادة عدد المراجعات.

إلى فرص. الوحدة الثالثة: إدارة المراجعات السلبية وتحويلها

- التعامل الفعال مع المراجعات السلبية.
- باحترافية. استراتيجيات الاستجابة للمراجعات السلبية
- العملاء. تحويل المراجعة السلبية إلى فرصة لتحسين تجربة
- إدارة الأزمات الرقمية المتعلقة بالسمعة.
- النقد. المحافظة على مصداقية العلامة التجارية في مواجهة
- الوحدة الرابعة: تحليل المراجعات وقياس الأداء.
- أدوات تحليل المشاعر في المراجعات.
- تحديد الأنماط والاتجاهات من بيانات التقييمات.
- قياس تأثير المراجعات على المبيعات وولاء العملاء.
- بالمراجعات. مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للتسويق
- تقارير الأداء وتوصيات التحسين.

بالمراجعات. الوحدة الخامسة: التكامل والابتكار في التسويق

- دمج المراجعات في استراتيجيات التسويق الشاملة.
- شهادات العملاء وقصص النجاح كأدوات تسويقية.
- مراجعات المادة المرئية وتأثيرها.
- التسويق بالمحاكاة وبناء علاقات قوية مع العملاء.
- والتقييمات. الاتجاهات المستقبلية في التسويق بالمراجعات

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 ٢٠-٢٥ 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:

التفريق بين المراجعات تتلقاها تعكس بدقة القيمة الحقيقية لمنتجاتها كيف يمكن للشركات أن تضمن أن المراجعات التي
الأصيلة والمراجعات المزيفة للحفاظ على مصداقيتها؟ وخدماتها، وكيف يمكنها

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

التقنية لتقديم بناء الثقة والمصداقية من خلال التسويق بالمراجعات تتميز هذه الدورة بتركيزها العملي والأكاديمي على
كيفية استخدام منصات معينة، تتعمق رؤى عميقة واستراتيجيات قابلة للتطبيق. بدلاً من والتقييمات، متجاوزة مجرد الأدوات
المقيّمات على سلوك الشراء، مما يمكّن المشاركين من الدورة في فهم سيكولوجية المستهلك وكيفية تأثير التركيز على
في إدارة السمعة إلى واقعية ودراسات حالة لمواقف حقيقية، موضحين كيف صياغة استراتيجيات فعالة ودائمة. نقدم أمثلة
نركز على كيفية تحليل المشاعر، وتطوير فرص للنمو، وكيفية الاستفادة من قوة الدليل يمكن للشركات تحويل التحديات
بالمعرفة على الاستثمار من جهود التسويق بالمراجعات. هذه استراتيجيات الاستجابة للمراجعات، وقياس العائد الاجتماعي.
مما يؤدي إلى زيادة الولاء النظرية، بل تسعى إلى تمكينهم من بناء علاقات قوية الدورة لا تهدف فقط إلى تزويد المشاركين
التنافسي. وتحسين الأداء العام للعلامة التجارية في السوق ومستدامة مع العملاء،