وتيك توك الدورة التدريبية: بناء الحملات التسويقية المؤثرة على فيسبوك وإنستغرام

مايو ٢٠٢٦ ٢٩ - ٢٥

كاليفورنيا

(للشخص الواحد) € ٧٩٠٠

Ref: #MAR1203_196738

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

التجارية بمختلف الاجتماعي مجرد منصات للتواصل الشخصي، بل أصبحت في العصر الرقمي الذي نعيشه، لم تعد وسائل التواصل
الدورة التدريبية الشاملة لتزويد المشاركين أحجامها. يقدم BIG BEN Training Center هذه ساحة تنافسية رئيسية للعلامات
وإنستغرام، وتيك توك. وإدارة حملات تسويقية ناجحة ومؤثرة على أبرز ثلاث بالمعرفة العميقة والمهارات العملية اللازمة لبناء
الذي يقف خلف الحملات الناجحة، تتجاوز هذه الدورة مجرد شرح الأدوات، لتركز على منصات عالمية وهي فيسبوك،
المنطلق، ، التسويق لم يعد يتعلق بالأشياء التي Godin) فكما يشير الكاتب العالمي سيث جودين (Seth الفكر الاستراتيجي
المستهدفة بدقة تم تصميم المحتوى لتمكين المشاركين من صياغة روايات تصنعها، بل بالقصص التي ترويها. من هذا
كل جانب من جوانب العملية التسويقية، متناهية، وتحليل البيانات لاتخاذ قرارات مستنيرة. تجارية مقنعة، وتحديد الجماهير
إلى إطلاق الرئيسية، مرورًا بإنشاء المحتوى الإبداعي الذي بدءًا من وضع الأهداف الذكية ومؤشرات الأداء سيتم تغطية
مما يجعل هذه الدورة استثمارًا الحملات الإعلانية المدفوعة وتحسينها لتحقيق أقصى يتناسب مع طبيعة كل منصة، ووصولا
حقيقيًا في المستقبل المهني للمشاركين. عائد على الاستثمار،

لـ: الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديرو التسويق الرقمي.
- أخصائيو وسائل التواصل الاجتماعي.
- مسؤولو الحملات الإعلانية.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- مديرو العلامات التجارية.
- المؤسسي.الموظفون في أقسام العلاقات العامة والاتصال
- الخريجون الجدد والباحثون عن عمل في مجال التسويق.
- المنصات الرقمية.كل من يرغب في تطوير مهاراته في التسويق عبر

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة والسلع الاستهلاكية.
- قطاع الخدمات المالية والبنوك.
- قطاع الرعاية الصحية والمستشفيات.
- قطاع التعليم والتدريب.
- قطاع العقارات والمقاولات.
- قطاع السياحة والضيافة والفنادق.
- قطاع التكنولوجيا والاتصالات.
- الوكالات الإعلانية وشركات التسويق.
- لتعزيز تواصلها المجتمعي.الهيئات الحكومية والمؤسسات غير الربحية التي تسعى
- قطاع الترفيه والإعلام.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق.
- إدارة المبيعات.
- إدارة تطوير الأعمال.
- إدارة العلاقات العامة والاتصال.
- إدارة خدمة العملاء.
- العلامة التجارية لصاحب العمل).إدارة الموارد البشرية (للتسويق الداخلي وبناء
- إدارة المنتجات والعلامات التجارية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- الاجتماعي تتماشى مع الأهداف المؤسسية.تطوير استراتيجية تسويق متكاملة عبر وسائل التواصل
- بدقة لاستهداف فعال.بناء وتحديد شخصية العميل ((Audience Persona
- فيسبوك، وإنستغرام، وتيك توك باحترافية.إدارة الحملات الإعلانية المدفوعة على منصات
- لزيادة التفاعل.إنشاء محتوى إبداعي وجذاب يتناسب مع طبيعة كل منصة
- الأداء الرئيسية (KPIs) وتقارير المنصات.تحليل أداء الحملات التسويقية باستخدام مؤشرات
- الوصول العضوي.فهم خوارزميات المنصات الرئيسية واستغلالها لزيادة
- على الاستثمار (ROI).تحسين الميزانيات الإعلانية لتحقيق أقصى عائد ممكن
- والمحتوى بشكل مستمر.استخدام أدوات اختبار A/B لتحسين أداء الإعلانات
- الجمهور بفعالية.إدارة السمعة الرقمية للعلامة التجارية والتفاعل مع

منهجية الدورة التدريبية:

نحن نؤمن بأن الدورة على منهجية تدريبية تفاعلية وحديثة تمزج بين يعتمد BIG BEN Training Center في تقديم هذه والتجربة، لذلك تم تصميم المحتوى التعلم الحقيقي في مجال التسويق الرقمي يأتي من النظرية والتطبيق العملي المكثف. فيها تسويقية ناجحة وأخرى متعثرة لاستخلاص الدروس والعبر ليكون غنياً بدراسات الحالة الواقعية لحملات خلال الممارسة يضمن ترسيخ المفاهيم المشاركون بإنشاء استراتيجيات مصغرة وإعداد نماذج منها. تتضمن الدورة ورش عمل تطبيقية يقوم إلى مجموعات عمل لمناقشة التحديات والأدوات. كما نركز على العمل الجماعي من خلال لحملات إعلانية حقيقية، مما توليد أفكار التعاوني. سيتم تخصيص أجزاء كبيرة من الدورة لجلسات وتبادل الأفكار، مما يعزز من بيئة التعلم تقسيم المشاركين مشارك على تغذية راجعة بناءة إبداعية للمحتوى والحملات. ولضمان تحقيق أقصى العصف الذهني التفاعلية التي تهدف إلى والمشاريع التي يقوم بها. هذه المنهجية المتكاملة ومستمرة من المدربين الخبراء حول الأنشطة استفادة، سيحصل كل في بيئة عمله. المعرفة النظرية فحسب، بل يمتلك الثقة والقدرة على تضمن أن يخرج المشارك من الدورة وهو لا يمتلك تطبيق ما تعلمه مباشرة

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

التواصل الاجتماعي الوحدة الأولى: أسس واستراتيجيات التسويق عبر وسائل

- وضع الأهداف التسويقية الذكية (SMART Goals).
- تحديد وتحليل الجمهور المستهدف وشخصية العميل.
- تحليل المنافسين وتحديد نقاط القوة والضعف.
- بناء استراتيجية المحتوى الرقمي المتكاملة.
- تحديدها. مقدمة لمؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) وكيفية
- فهم رحلة العميل عبر المنصات الرقمية.
- الشاملة. ربط استراتيجية التواصل الاجتماعي بأهداف العمل

الوحدة الثانية: الاحتراف في التسويق عبر فيسبوك

- مقدمة شاملة لمنصة فيسبوك للأعمال.
- بفعالية. استخدام مدير إعلانات فيسبوك (Ads Manager)
- أنواع الحملات الإعلانية واختيار الهدف المناسب.
- التحويلات. تثبيت واستخدام (Facebook Pixel) لتتبع
- والجمهور المشابه. استراتيجيات الاستهداف التفصيلي والجمهور المخصص
- تصميم الإعلانات المرئية والنصية الجذابة.
- عليها. تحليل تقارير حملات فيسبوك واتخاذ القرارات بناءً

إنستغرام الوحدة الثالثة: إتقان التسويق والمحتوى على

- فهم خوارزمية إنستغرام وعوامل النجاح.
- بناء هوية بصرية متناسقة وجذابة للعلامة التجارية.
- (Reels). استراتيجيات صناعة المحتوى لـ (Feed, Stories,
- المناسبين. التسويق عبر المؤثرين وكيفية اختيار الشركاء
- زيادة التفاعل والمشاركة من خلال المحتوى التفاعلي.
- إطلاق وإدارة الحملات الإعلانية عبر منصة إنستغرام.
- استخدام أدوات التحليل المدمجة لقياس الأداء.

الفيروسي على تيك توك الوحدة الرابعة: استراتيجيات النمو والتسويق

- تحليل منصة تيك توك وسلوك المستخدمين عليها.
- أساسيات إنشاء محتوى فيديو قصير وسريع الانتشار.
- استخدام منصة (TikTok for Business) وأدواتها.
- Branded Effects). أنواع الإعلانات على تيك توك (In-Feed, TopView,
- (Trends). الاستفادة من التحديات الهاشتاغات الرائجة
- التعاون مع صناع المحتوى على تيك توك.
- قياس نجاح الحملات وتحليل المقاييس الخاصة بالمنصة.

المستقبلية الوحدة الخامسة: التحليل والتحسين والتوجهات

- وسائل التواصل الاجتماعي. قياس العائد على الاستثمار (ROI) للحملات على
- استخدام اختبارات (A/B) لتحسين أداء الإعلانات.
- إعداد تقارير أداء شاملة ومفهومة للإدارة.
- أدوات إدارة وجدولة المحتوى عبر المنصات المختلفة.
- إدارة الأزمات والسمعة الرقمية على وسائل التواصل.
- الدردشة. مقدمة في التسويق التحادثي واستخدام روبوتات
- التواصل الاجتماعي. التوجهات المستقبلية في عالم التسويق عبر وسائل

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:

البشري الأصيل الدور الخوارزميات الذكية لتحديد المحتوى الذي يراه في ظل اعتماد المنصات الاجتماعية بشكل متزايد على

معادلة رياضية يمكن تفكيكها وتطبيقها؟ الحاسم في تحقيق الانتشار الفيروسي، أم أن النجاح المستخدم، هل لا يزال للإبداع

أصبح

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

المنصات. نحن نؤمن بأن على الجانب الاستراتيجي التحليلي بدلاً من مجرد سرد ما يميز هذه الدورة التدريبية هو تركيزها العميق
الإعلانات، لكن القيمة الحقيقية تكمن في أي محترف يمكنه تعلم كيفية الضغط على الأزرار في وظائف الأدوات المتاحة على
فقط حملات متكاملة ومترابطة تحقق أهدافًا واضحة. تغوص القدرة على التفكير كمسوق استراتيجي قادر على بناء مدير
الصناعات، يتمكن كيف". من خلال التركيز على دراسات الحالة الواقعية" الدورة في" لماذا" وراء كل قرار تسويقي، وليس
وكيفية تكييف الاستراتيجيات لتناسب المشاركون من فهم السياق الذي تعمل فيه الحملات والأمثلة العملية من مختلف
توك) في دورة الشمولية في تغطية ثلاث من أهم وأقوى المنصات جماهيرا وأهداف متنوعة. علاوة على ذلك، فإن المختلفة،
رؤية بانورامية شاملة تمكنهم واحدة، مع توضيح الفروق الدقيقة ونقاط التكامل الحالية (فيسبوك، وإنستغرام، وتيك
يخلق بيئة بين ورش العمل التطبيقية، والتغذية الراجعة من توزيع الميزانيات والجهود بفعالية. إن الدمج بينها، يمنح المشاركين
حقيقية وثقة عالية لتطبيقها فورًا. تعليمية غنية تمكّن المشاركين من الخروج بمهارات الفردية، والنقاشات الجماعية الموجهة