العصر الرقمي الحديث الدورة التدريبية: بناء الحملات التسويقية المتكاملة في

يونيو ٢٠٢٦ ٢٦ - ٢٢

لندن

(للشخص الواحد) € ٥٧٠٠

Ref: #MAR2337_205254

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

منBIG نجاح أي مؤسسة تسعى لتعزيز حضورها في المشهد الرقمي تُعد الحملات التسويقية المتكاملة حجر الزاوية في
والتنفيذ والتحليل للحملات تأخذ المشاركين في رحلة معمقة BEN Training Center المعاصر. هذه الدورة التدريبية الشاملة
وتحديد الأهداف التسويقية الذكية، مرورًا التسويقية المتكاملة. بدءًا من فهم سلوك المستهلك لاستكشاف أبعاد التخطيط
المدفوعة، بالمحتوى، التسويق عبر البريد الإلكتروني، التسويق باختيار القنوات التسويقية المناسبة مثل التسويق الرقمي
ومتسقة عبر جميع نقاط الاتصال، والتسويق المؤثر. تتناول الدورة أيضًا كيفية بناء عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلانات
أهمية تحليل البيانات وقياس الأداء لضمان تحقيق لضمان تجربة عميل سلسة ومؤثرة. تُسلط الضوء على رسالة تسويقية موحدة
رواد التسويق(Philip Kotler) التحسين المستمر. يتفق البروفيسور فيليب كوتلر أقصى عائد على الاستثمار (ROI)، وتحديد فرص
تُقدم رؤى ضرورة استراتيجية للعلامات التجارية في بيئة على أن التكامل التسويقي ليس مجرد تكتيك، بل هو الحديث، ، أحد أبرز
ناجحة تدفع النمو والولاء للعلامة عملية وتطبيقية لمواجهة تحديات التسويق الرقمي الأعمال التنافسية اليوم. هذه الدورة
التجارية.. وبناء حملات

لـ: الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدراء التسويق.↰
- متخصصو التسويق الرقمي.↰
- أخصائيو العلامات التجارية.↰
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.↰
- المسؤولون عن تطوير الأعمال.↰
- طلاب التسويق والإدارة الذين يسعون لتعميق معرفتهم.↰
- المتكاملة.↰كل من يرغب في فهم أعمق لـ تخطيط الحملات التسويقية

القطاعات والصناعات المستهدفة:↰

- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.↰
- قطاع الخدمات المالية والبنوك.↰
- قطاع العقارات والبناء.↰
- قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.↰
- قطاع الرعاية الصحية والصيدلانية.↰
- غير الربحية.↰الجهات الحكومية والهيئات شبه الحكومية والمؤسسات
- قطاع التعليم والتدريب.↰
- قطاع الضيافة والسياحة.↰

الأقسام المؤسسية المستهدفة:↰

- قسم التسويق.
- قسم المبيعات.
- قسم تطوير الأعمال.
- قسم الاتصال المؤسسي.
- قسم خدمة العملاء.
- قسم إدارة المنتجات.
- قسم التحليلات والبيانات.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- وضع استراتيجيات متكاملة لـ الحملات التسويقية.
- تحديد الجمهور المستهدف بدقة وفعالية.
- اختيار القنوات التسويقية الرقمية الأنسب لكل حملة.
- تصميم رسائل تسويقية جذابة وموحدة.
- الاستثمار. تحليل بيانات الحملات التسويقية وقياس عائد
- تحسين أداء الحملات التسويقية بشكل مستمر.
- إدارة ميزانيات التسويق بفعالية.
- دمج التسويق بالمحتوى مع الإعلانات المدفوعة.
- استخدام أدوات التسويق عبر البريد الإلكتروني.
- الاجتماعي. بناء استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل
- فهم أهمية تخطيط الحملات التسويقية المتكاملة.

منهجية الدورة التدريبية:

أقصى استفادة التدريبية منهجية تدريبية تفاعلية وشاملة، تجمع بين يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة يليها تحليل شامل لـ دراسات حالة للمشاركين. تتضمن المنهجية عروضًا تقديمية غنية النظرية والتطبيق العملي لضمان الجماعي للمشاركين فهم التحديات والفرص في بيئة الأعمال واقعية لحملات تسويقية ناجحة وفاشلة، مما يتيح بالمعلومات، تسويقية محددة وتطوير خطط والمناقشات المفتوحة، حيث يتم تقسيم المشاركين إلى الحقيقية. تُشجع الدورة على العمل النقدي وحل المشكلات. كما تتضمن الدورة جلسات حملات متكاملة، مما يعزز من قدراتهم على التفكير مجموعات لحل تحديات والزملاء. تُركز تطبيق المفاهيم المكتسبة بشكل مباشر، مع الحصول على تفاعلية مكثفة وورش عمل تطبيقية تتيح للمشاركين وأفضل الممارسات في تخطيط الحملات المنهجية أيضًا على الاستفادة من أحدث الاتجاهات في تغذية راجعة فورية من المدرب معلومات حديثة وعملية يمكنهم تطبيقها فورًا في التسويقية المتكاملة، لضمان حصول المشاركين على التسويق الرقمي قوية. الأسئلة لتعميق الفهم وبناء شبكة علاقات مهنية بيئات عملهم. يتم تشجيع المشاركة النشطة وطرح

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

المتكاملة. الوحدة الأولى: أساسيات الحملات التسويقية

- العصر الرقمي. تعريف الحملات التسويقية المتكاملة وأهميتها في
- مراحل تخطيط الحملة التسويقية.
- تحديد الأهداف التسويقية الذكية (SMART).
- فهم سلوك المستهلك الرقمي والرحلة الشرائية.
- تحليل البيئة التسويقية (SWOT).
- تحديد الميزانية وتوزيعها بفعالية.
- أهمية الاستراتيجيات التسويقية المتكاملة.

الاجتماعي. الوحدة الثانية: التسويق بالمحتوى ووسائل التواصل

- بناء استراتيجية تسويق المحتوى.
- أنواع المحتوى التسويقي الفعال.
- التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي الرئيسية.
- الاجتماعي. استخدام الإعلانات المدفوعة على وسائل التواصل
- قياس أداء المحتوى وحملات التواصل الاجتماعي.
- التسويق بالمحتوى لتحقيق الأهداف.
- استراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي الفعالة.

والإعلانات المدفوعة. الوحدة الثالثة: التسويق عبر البريد الإلكتروني

- أفضل ممارسات التسويق عبر البريد الإلكتروني.
- بناء قوائم بريدية فعالة.
- تصميم حملات بريدية جذابة.
- مبادئ الإعلان المدفوع (PPC).
- استخدام محركات البحث للتسويق (SEM).
- المدفوعة. تحليل بيانات حملات البريد الإلكتروني والإعلانات
- التسويق عبر البريد الإلكتروني لزيادة المبيعات.
- الإعلانات المدفوعة لتحقيق الانتشار.

الرقمية. الوحدة الرابعة: التسويق المؤثر والعلاقات العامة

- مفهوم التسويق المؤثر وأهميته.
- اختيار المؤثرين المناسبين للحملات.
- إدارة حملات التسويق المؤثر.
- بناء علاقات عامة رقمية قوية.
- إدارة السمعة الرقمية للعلامة التجارية.
- التسويق المؤثر لتعزيز المصداقية.
- أهمية العلاقات العامة الرقمية.

التسويقية. الوحدة الخامسة: قياس وتحليل أداء الحملات

- أدوات قياس وتحليل أداء الحملات.
- التسويقية. مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للحملات
- تحليل بيانات الحملات وتحديد فرص التحسين.
- حساب عائد الاستثمار (ROI) للحملات.
- بناء تقارير الأداء وتقديم التوصيات.
- تحليل الحملات التسويقية للتحسين المستمر.
- قياس أداء 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:

ومرنة في قنوات تسويقية جديدة باستمرار، كيف يمكن للمسوقين في ظل التطور المتسارع للتكنولوجيا الرقمية وظهور

آن واحد لضمان استمرارية فعاليتها على المدى الطويل؟ الحفاظ على استراتيجية تسويقية متكاملة

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

في العصر الرقمي بمنهجها الشمولي والعملي في تناول بناء Center تتميز هذه الدورة التي يقدمها BIG BEN Training بل تُركز بشكل كبير على التطبيق العملي الحديث، حيث لا تقتصر على تقديم المعرفة النظرية الحملات التسويقية المتكاملة عليها، بدلاً من مستوحاة من الواقع، مما يتيح للمشاركين فهم والرؤى القابلة للتنفيذ. تُقدم الدورة دراسات حالة فحسب، لـ تخطيط الحملات التسويقية من الألف الاعتماد على الأدوات التقنية فقط. نُركز على تطوير التحديات الحقيقية وكيفية التغلب وقياس مرورًا بـ تصميم رسائل تسويقية مؤثرة وموحدة عبر إلى الياء، بدءًا من تحديد الجمهور المستهدف بدقة، الفهم العميق دمج الاستراتيجيات التسويقية عائد الاستثمار. تُسهم هذه الدورة في بناء قدرات مختلف القنوات، وصولا إلى تحليل الأداء عمل واحدة البريد الإلكتروني، والتسويق عبر وسائل التواصل المختلفة، مثل التسويق بالمحتوى، والتسويق عبر المتدربين على وبناء حملات ليست مجرد مجموعة متناسقة وفعالة. كما تتميز الدورة بالتركيز على الاجتماعي، والإعلانات المدفوعة، في خطة أوسع، مما يضمن تحقيق أهداف العمل على من التكتيكات، بل هي جزء لا يتجزأ من رؤية تسويقية التفكير الاستراتيجي المدى الطويل، وليس فقط النجاح المؤقت.