الرقمي الدورة التدريبية: بناء شراكات مؤثرين ناجحة لتعزيز الوعي بالعلامة التجارية

يونيو ٢٠٢٦ ٢٦ - ٢٢

برشلونة - *

(للشخص الواحد) € ٥٧٠٠

Ref: #MAR7360_197805

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

إلى الياء، لتزويد المشاركين التدريبية الشاملة التي تتناول فن وعلم التسويق يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة الرقمي فعالة تسهم في زيادة الوعي بالعلامة التجارية بالمعرفة والأدوات اللازمة لبناء شراكات مؤثرين بالمؤثرين من الألف الاتصال الفعالة، حيث تتجاوز الحملات المتسارع، أصبح التسويق بالمؤثرين ركيزة أساسية وتعزيز النمو المستدام. في عالم اليوم مع المبادئ الأساسية للتسويق بالمؤثرين، بدءًا من التقليدية في وصولها وتأثيرها. تستعرض هذه الدورة لاستراتيجيات سنغوص في أعماق مفاهيم قيم علامتك التجارية، ووصولا إلى قياس عائد تحديد المؤثرين المناسبين الذين تتوافق قيمهم العقود القانونية مع المؤثرين، والتغلب على مثل التسويق بالمحتوى، وتحليل بيانات الجمهور، الاستثمار من هذه الشراكات. J. خبراء مثل البروفيسور دانيال جيه. سولومان (Daniel التحديات الشائعة في هذا المجال. سنستلهم من رؤى وصياغة الاستراتيجية. ستمكنك هذه مجال التسويق الرقمي بتحليلاته العميقة حول تأثير الأكاديمية في ، الذي أثرى الأدبيات (Solomon تضمن تحقيق أقصى استفادة من ميزانيتك الدورة من بناء استراتيجيات تسويق بالمؤثرين التسويق الشفهي والشراكات التنافسي. وتعزيز مكانة علامتك التجارية في السوق الرقمي التسويقية، وتحويل المتابعين إلى عملاء مخلصين، مبتكرة،

لـ:. الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدراء التسويق الرقمي.
- أخصائيو العلاقات العامة.
- أصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة.
- مسؤولي تطوير العلامة التجارية.
- المسوقين الطموحين.
- مدراء الاتصال المؤسسي.
- الوكالات التسويقية الرقمية.
- رواد الأعمال الذين يسعون لتعزيز حضورهم الرقمي.

القطاعات والصناعات المستهدفة:.

- بعلامتها التجارية. الشركات الكبرى والمتوسطة التي تسعى لتعزيز الوعي
- شركات التكنولوجيا والبرمجيات.
- صناعة الأزياء والجمال.
- قطاع الأغذية والمشروبات.
- التجارة الإلكترونية ومتاجر التجزئة.
- الخدمات المالية والبنوك.
- الرعاية الصحية والصيدلانية.
- صناعة الترفيه والألعاب.
- الشركات الناشئة في جميع القطاعات.
- التواصل مع الجمهور. الهيئات الحكومية وما في حكمها التي تهدف لتحسين

الأقسام المؤسسية المستهدفة:.

- قسم التسويق.
- إدارة العلامة التجارية.
- قسم العلاقات العامة.
- قسم الاتصال المؤسسي.
- قسم المبيعات وتطوير الأعمال.
- قسم وسائل التواصل الاجتماعي.
- إدارة الشراكات الاستراتيجية.

أهداف الدورة التدريبية:.

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

- صياغة استراتيجيات تسويق بالمؤثرين متكاملة.
- للعلامة التجارية. تحديد المؤثرين المناسبين وتحليل مدى ملاءمتهم
- القانونية. التفاوض على الشراكات الفعالة ووضع العقود
- بالمؤثرين. قياس الأداء وتحليل عائد الاستثمار لحملات التسويق
- بالمؤثرين. التعامل مع التحديات والمخاطر المحتملة في التسويق
- بناء حملات محتوى مؤثرة وجذابة.
- الحملات. استخدام أدوات تحليل البيانات لتقييم فعالية
- المؤثرين. تعزيز الوعي بالعلامة التجارية وزيادة التفاعل عبر
- تحويل المتابعين إلى عملاء مخلصين.
- تطوير علاقات طويلة الأمد مع المؤثرين.

منهجية الدورة التدريبية:.

النظرية بالتطبيق تفاعلية وشاملة في هذه الدورة، تضمن تحقيق أقصى يعتمد BIG BEN Training Center منهجية تدريب بأمثلة واقعية ودراسات حالة تفصيلية العملي. تتضمن الدورة مزيجًا من المحاضرات النظرية استفادة للمشاركين من خلال دمج يساعد المشاركين على فهم المبادئ الأساسية وتطبيقها لحملات تسويق بالمؤثرين ناجحة وغير ناجحة، مما المدعومة تخصيص وقت كافٍ للجلسات الجماعية التي تشجع على تبادل الخبرات وبناء بفعالية. سنركز على ورش العمل التفاعلية والتمارين عن آرائهم وتحدياتهم. كما سيتم تقديم النقاشية المفتوحة التي تتيح للمشاركين طرح الأسئلة استراتيجيات مشتركة. سيتم عملية للمشاركين، مما يسهم في تطوير مهاراتهم بشكل مستمر. تغذية راجعة بناءة على الأداء الفردي والجماعي والتعبير التسويق بالمؤثرين وتأثيرها قابلة للتطبيق الفوري في بيئة العمل، مع التركيز تهدف المنهجية إلى تزويد المتدربين بمهارات التجارية. لن نعتمد على أي منصات أو شركات على استراتيجيات التسويق الرقمي وتعزيز الوعي على أحدث التوجهات في المتخصصين وموادنا التدريبية الحصرية. تدريب أخرى لتقديم المحتوى، بل على خبرة مدربينا بالعلامة

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات التسويق بالمؤثرين.

- مفهوم التسويق بالمؤثرين وأهميته في العصر الرقمي.
- الأخرى. الفرق بين التسويق بالمؤثرين وأنواع التسويق
- تاريخ وتطور التسويق بالمؤثرين.
- ميجا). أنواع المؤثرين وتصنيفاتهم (نانو، مايكرو، ماكرو،
- تأثير المؤثرين على سلوك المستهلك وقرارات الشراء.
- البيئة القانونية والأخلاقية للتسويق بالمؤثرين.
- تحديد أهداف حملات التسويق بالمؤثرين
- الشراكات. الوحدة الثانية: استراتيجية اختيار المؤثرين وبناء
- تحديد المؤثرين المناسبين لعلامتك التجارية
- أدوات ومنصات البحث عن المؤثرين
- المستهدف تحليل جمهور المؤثرين ومدى توافقه مع الجمهور
- تقييم أصالة المؤثرين ومصداقيتهم
- المؤثرين صياغة رسائل البريد الإلكتروني الأولية للتواصل مع
- بناء علاقات طويلة الأمد مع المؤثرين
- فهم نماذج التعويض للمؤثرين

الوحدة الثالثة: تطوير المحتوى وقياس الأداء.

- قصص، بث مباشر). أنواع المحتوى التسويقي بالمؤثرين (صور، فيديو،
- صياغة إرشادات المحتوى الواضحة للمؤثرين
- الإبداع في حملات التسويق بالمؤثرين
- تتبع أداء حملات المؤثرين
- بالمؤثرين المؤشرات الرئيسية للأداء (KPIs) في التسويق
- أدوات تحليل البيانات وتقارير الأداء
- حساب عائد الاستثمار (ROI) من حملات المؤثرين

التسويق بالمؤثرين. الوحدة الرابعة: الجوانب القانونية والأخلاقية في

- بالمؤثرين الامتثال للوائح والإرشادات القانونية في التسويق
- أهمية الإفصاح عن الشراكات المدفوعة
- صياغة العقود القانونية مع المؤثرين
- الدفع، حقوق الملكية الفكرية). بنود العقود الأساسية (مدة الشراكة، نطاق العمل،
- إدارة المخاطر والتعامل مع الأزمات
- أخلاقيات التسويق بالمؤثرين
- حل النزاعات المحتملة

التسويق بالمؤثرين. الوحدة الخامسة: التحديات والتوجهات المستقبلية في

- تضخم الأسعار) التعامل مع التحديات الشائعة (المؤثرون المزيفون،
- أثر الذكاء الاصطناعي في التسويق بالمؤثرين
- وفعاليتهم التسويق بالمؤثرين الصغار ((Nano-influencers
- الأخرى دمج التسويق بالمؤثرين مع استراتيجيات التسويق
- الاتجاهات المستقبلية في صناعة التسويق بالمؤثرين
- التسويق بالمؤثرين في الأسواق العالمية
- دراسات حالة متقدمة وحملات ناجحة

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 ظل المطلوب في حملات التسويق بالمؤثرين والحفاظ على كيف يمكن للمؤسسات تحقيق التوازن بين الإبداع

التنوع الهائل في أساليب المؤثرين ومحتواهم؟ صورة العلامة التجارية وقيمها

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

مع الأخذ في الاعتبار والشامل على بناء شراكات مؤثرين ناجحة لتعزيز الوعي تتميز هذه الدورة التدريبية بتركيزها العميق مجرد معلومات نظرية، بل نغوص في الجوانب أحدث التطورات في مجال التسويق بالمؤثرين. نحن لا بالعلامة التجارية الرقمي، القانونية للعقود، وقياس المؤثرين الحقيقيين وذوي الصلة، ووصولا إلى العملية والتطبيقية، بدءًا من كيفية تحديد نقدم إلى المشاركين من صياغة استراتيجيات متكاملة ومبتكرة، العائد على الاستثمار بدقة. نركز على تمكين التفاوض على الشروط تسويق بالمؤثرين عالمية عملاء مخلصين يعززون قيمة العلامة التجارية. نعتمد لا تكتفي بزيادة عددا المتابعين، بل تحولهم رؤى قيمة وتطبيقية. بالإضافة إلى ذلك، ناجحة، ونحلل أسباب نجاحها وتحدياتها، مما يوفر على أمثلة عملية من حملات متجنبين أي مخاطر والقانونية، لضمان أن يكون المشاركون قادرين على نولي اهتمامًا خاصًا للجوانب الأخلاقية للمتدربين محتملة قد تؤثر على سمعة العلامة التجارية. إدارة حملاتهم بمسؤولية وفعالية،