والقصصية الدورة التدريبية: صناعة المحتوى التسويقي الجذاب بالكتابة المرئية

اغسطس ٢٠٢٦ ٢١ - ١٧

ميلان

(للشخص الواحد) € ٥٧٠٠

Ref: #MAR8533_196390

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

بل الأهم هو كيف تروي الأسواق بالرسائل الإعلانية، لم يعد كافيًا أن يكون في عالم يتسارع فيه إيقاع الأعمال وتتشبع فيه يخاطب العقول والقلوب معًا. يقدمBIG قصتها. من هنا، تنبع أهمية صناعة المحتوى التسويقي لديك منتج أو خدمة جيدة، ونصوص مقنعة تترك المتكاملة لتزويد المشاركين بالمهارات اللازمة هذه الدورة التدريبية BEN Training Center الجذاب الذي الجمهور المستهدف وتقنيات الإقناع التي أثرًا عميقًا لدى الجمهور. تعتمد الدورة على مبادئ لتحويل الأفكار إلى قصص مرئية التسويق. ، حيث يتم التركيز على بناء علاقة حقيقية(Cialdini رسخها خبراء عالميون مثل روبرت سيالديني (Robert سيكولوجية المحتوى الرقمي الفعالة، مرورًا بفن ستتعلم من الألف إلى الياء، بدءًا من وضع مع العميل من خلال السرد القصصي في في كتابة بتحليل وقياس أداء المحتوى لضمان تحقيق أهداف الكتابة المرئية وصياغة العناوين الجذابة، وانتهاءً استراتيجيات يبني ولاء العملاء ويحقق نموًا المحتوى، بل هي رحلة إبداعية واستراتيجية لصناعة العمل. هذه الدورة ليست مجرد ورشة عمل حقيقيًا للأعمال. محتوى مؤثر ومستدام

لـ: الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديرو ورؤساء أقسام التسويق.
- أخصائيو التسويق الرقمي والمحتوى.
- مسؤولو وسائل التواصل الاجتماعي.
- كتاب المحتوى والنصوص الإعلانية (Copywriters).
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- المستشارون في مجال التسويق والاتصال.
- مديرو العلامات التجارية.
- مهاراتهم العملية. خريجو كليات الإعلام والتسويق الباحثون عن تطوير

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- الذكية. قطاع التكنولوجيا والبرمجيات وتطبيقات الهواتف
- القطاع العقاري والمقاولات.
- قطاع الخدمات المالية والبنوك والتأمين.
- قطاع الرعاية الصحية والمستشفيات.
- قطاع التعليم والتدريب والاستشارات.
- قطاع السياحة والضيافة والترفيه.
- الربحية. الهيئات الحكومية والمؤسسات العامة والمنظمات غير

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- أقسام التسويق الرقمي وإدارة الحملات الإعلانية.
- أقسام العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- أقسام تطوير الأعمال والمبيعات.
- أقسام إدارة المنتجات والعلامات التجارية.
- أقسام خدمة العملاء وبناء ولاء الجمهور.
- أقسام الموارد البشرية والاتصال الداخلي.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- التسويقية للشركة. بناء استراتيجية محتوى رقمي متكاملة تخدم الأهداف
- مخصص ومؤثر. تحليل سيكولوجية الجمهور المستهدف لإنشاء محتوى
- مع العملاء. إتقان فن السرد القصصي في التسويق لبناء علاقة قوية
- التفاعل ومعدلات التحويل. كتابة نصوص إعلانية مقنعة وعناوين جذابة تزيد من
- محتوى بصري جذاب. تطبيق مبادئ الكتابة المرئية لتحويل النصوص إلى
- المختلفة والمدونات ورسائل البريد الإلكتروني. إنشاء محتوى تفاعلي لمنصات التواصل الاجتماعي
- وتوظيف البيانات لتحسين الاستراتيجيات المستقبلية. قياس أداء المحتوى باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية
- متسق عبر جميع قنوات المحتوى. تطوير هوية صوت العلامة التجارية وتطبيقها بشكل

منهجية الدورة التدريبية:

استفادة. نحن نؤمن منهجية تدريبية تجمع بين النظرية العميقة والتطبيق يتبنى BIG BEN Training Center في هذه الدورة بل بالممارسة والتجربة. لذلك، تعتمد بأن مهارات صناعة المحتوى التسويقي لا تُكتسب العملي المكثف لضمان تحقيق أقصى سيتم تحليل تتيح للمشاركين تطبيق تقنيات الكتابة المرئية الدورة بشكل كبير على ورش العمل التفاعلية التي بالتلقين، المحتوى الجذاب، مع تفكيك دراسات حالة لعلامات تجارية عالمية ومحلية نجحت في والسرد القصصي على مشاريع واقعية. إلى مجموعات عمل صغيرة لتشجيع العصف استراتيجياتها وفهم أسرار نجاحها. سيتم تقسيم بناء حضور قوي من خلال الاتجاهات راجعة بناءة ومخصصة من المدرب على كل مهمة. كما الذهني التعاوني وتبادل الأفكار، مع تقديم تغذية المشاركين في هذا المجال الحيوي. الحديثة في صناعة المحتوى، مما يضمن مواكبة تتضمن المنهجية جلسات نقاشية مفتوحة حول نظرية، بل بمجموعة من المهارات التطبيقية وثقة الهدف هو الخروج من الدورة ليس فقط بمعلومات المشاركين لآخر التطورات ومؤثر. كاملة في القدرة على إنشاء محتوى تسويقي مقنع

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس صناعة المحتوى الاستراتيجي

- الرقمي. مقدمة في التسويق بالمحتوى وأهميته في العصر
- مرحلة. فهم رحلة العميل وكيفية رسم خرائط المحتوى لكل
- المحتوى. تحديد الأهداف الذكية (SMART) لاستراتيجية
- العميل (Persona). تحليل سيكولوجية الجمهور المستهدف وبناء شخصية
- مبادئ السرد القصصي وتأثيرها النفسي على المتلقي.
- تحليل المنافسين وتحديد فجوات المحتوى في السوق.
- بناء هوية صوت العلامة التجارية (Brand Voice).

الوحدة الثانية: فن الكتابة الإبداعية والمقنعة

- تقنيات صياغة العناوين الرئيسية التي لا تقاوم.
- أسرار كتابة مقدمات تشد الانتباه من السطر الأول.
- المحتوى. هياكل الكتابة الفعالة (مثل AIDA وPAS) لتنظيم
- سيالديني. فن الإقناع في الكتابة وتطبيق مبادئ التأثير لروبرت
- كيفية تبسيط الأفكار المعقدة وجعلها سهلة الفهم.
- من خلال الكلمات. الكتابة للمشاعر: كيفية إثارة الاستجابات العاطفية
- بفعالية. أهمية الدعوة لاتخاذ إجراء (CTA) وكيفية صياغتها

البصري الوحدة الثالثة: الكتابة المرئية وإنشاء المحتوى

- البصري. مفهوم الكتابة المرئية وكيف يقرأ الدماغ المحتوى
- أساسيات تصميم المحتوى لغير المصممين.
- .(Infographics) كتابة نصوص موجزة ومؤثرة للصور والرسوم البيانية
- .(TikTok كتابة سيناريوهات الفيديو القصير (Reels, Shorts,
- تحويل البيانات والإحصائيات إلى قصص بصرية جذابة.
- المحتوى. اختيار الصور والألوان والخطوط التي تعزز رسالة
- أدوات بسيطة لإنشاء محتوى بصري احترافي.

المختلفة الوحدة الرابعة: صناعة المحتوى للقنوات الرقمية

- (فيسبوك، انستغرام، لينكدإن، تويتر). كتابة محتوى فعال لمنصات التواصل الاجتماعي
- أفضل الممارسات لكتابة المقالات والمدونات الطويلة.
- .CTA صناعة محتوى البريد الإلكتروني: من سطر العنوان إلى
- التحويلات. كتابة محتوى صفحات الهبوط (Landing Pages) لزيادة
- ومنصات التواصل الاجتماعي. أساسيات كتابة نصوص الإعلانات المدفوعة على جوجل
- والاختبارات. إنشاء المحتوى التفاعلي مثل الاستبيانات
- صيغ متعددة. إعادة توظيف المحتوى: تحويل قطعة محتوى واحدة إلى

الوحدة الخامسة: قياس الأداء وتحسين المحتوى

- لأهداف المحتوى. تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) المناسبة
- والمشاركة. استخدام أدوات التحليل لقياس مدى الوصول والتفاعل
- والوقت المستغرق في الصفحة. فهم مقاييس مثل معدل الارتداد، ومعدل التحويل،
- النتائج. إجراء اختبارات A/B على العناوين والمحتوى لتحسين
- المحتوى. كيفية جمع وتوظيف آراء الجمهور لتحسين استراتيجية
- الاصطناعي والواقع المعزز. الاتجاهات المستقبلية في صناعة المحتوى: الذكاء
- الشاملة. عرض المشاريع النهائية وتلقي التغذية الراجعة

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:

روحه الإنسانية؟ الإبداع البشري في فن السرد القصصي التسويقي، وهل إلى أي مدى يمكن للذكاء الاصطناعي أن يحل محل

سيفقد المحتوى

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

يتم تناولها بشكل هو تركيزها العميق على الجمع بين Training Center ما يميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN
نحن لا نكتفي بتعليمك "ماذا تكتب"، بل منفصل: البعد النفسي، والبعد القصصي، والبعد البصري ثلاثة أبعاد أساسية غالبًا ما
الثابتة الجمهور. بدلاً من التركيز على الأدوات والمنصات نغوص في "لماذا" و"كيف" يتردد صدى كلماتك وصورك لدى للمحتوى.
المحتوى الرقمي التي لا لسيكولوجية الجمهور المستهدف وفن الإقناع. ستتعلم المتغيرة باستمرار، نركز على المبادئ
مع العملاء. المنهجية القائمة على ورش العمل تجذب الانتباه فحسب، بل تبني علاقات مستدامة وثقة كيفية بناء استراتيجيات
لا تهدف إلى تخريج مفهوم نظري يتم ترجمته إلى مهارة عملية قابلة التفاعلية ودراسات الحالة الواقعية تضمن أن كل حقيقية
على التفكير النقدي والإبداعي، وتحويل كتاب محتوى"، بل "صناع محتوى استراتيجيين" يمتلكون" للتطبيق فورًا. هذه الدورة
ليس مجرد تحقق نتائج ملموسة. إنها دورة مصممة لتمنحك رؤى أهداف العمل إلى قصص مؤثرة ورسائل مرئية جذابة القدرة
لعلامتك التجارية. جزء من الضوضاء الرقمية، بل صوتًا مسموعًا ومؤثرًا وأساليب متقدمة تجعل المحتوى الذي تصنعه