الدورة التدريبية: التسويق بالمحتوى والقصص الإبداعية للوجهات السياحية

Ref: #TOU2933

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

في عالم السياحة التنافسي، لم يعد الترويج للوجهات يقتصر على عرض الصور الجميلة والمعلومات الأساسية. بل أصبح بناء قصة فريدة وجذابة للوجهة هو المفتاح لجذب المسافرين وخلق تجربة لا تُنسى. يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة المتخصصة التي تهدف إلى تمكين العاملين في قطاع السياحة من إتقان فن التسويق بالمحتوى والقصص الإبداعية. سنتعلم كيف نروي قصصًا عن التراث والثقافة والطبيعة بطريقة تلامس قلوب المسافرين، وكيفية استخدام مختلف المنصات الرقمية لإنشاء محتوى مرئي ومكتوب يبرز الجوانب الفريدة لكل وجهة. تركز الدورة على فهم سلوك المستهلك السياحي الحديث، وتطوير استراتيجيات محتوى متكاملة. تستلهم الدورة رؤاها من أعمال الخبير في التسويق السياحي، توم أوينز Tom Owens، الذي تناول في كتابه "Tourism Marketing" أهمية سرد القصص في بناء علامات تجارية سياحية قوية ومستدامة.

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مديرو التسويق في هيئات السياحة.
- خبراء العلاقات العامة في الوجهات السياحية.
- مؤلفو المحتوى والمتخصصون في التسويق الرقمي.
- المرشدون السياحيون وخبراء التراث الثقافي.
- مديرو الفنادق والمنتجعات.
- أصحاب المشاريع السياحية الصغيرة.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- هيئات ومجالس الترويج السياحي.
- وكالات السفر والشركات السياحية.
- قطاع الفنادق والضيافة.
- المتاحف والمواقع الأثرية.
- الشركات الإعلامية المتخصصة بالسفر.
- الجهات الحكومية وما في حكمها المعنية بتطوير السياحة.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق.
- العلاقات العامة والإعلام.
- تطوير المحتوى الرقمي.
- إدارة العلامة التجارية.
- تخطيط الحملات السياحية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم مبادئ التسويق بالمحتوى في القطاع السياحي.
- بناء استراتيجية سرد قصص فعالة للوجهات السياحية.
- إنشاء محتوى جذاب ومتنوع (مقالات، صور، فيديوهات) يروي قصة الوجهة.
- استخدام مختلف القنوات الرقمية لترويج المحتوى.
- تحليل الجمهور المستهدف وتحديد اهتماماته.
- بناء هوية فريدة وعلامة تجارية قوية للوجهة.
- قياس فعالية الحملات وتأثيرها على جذب السياح.

منهجية الدورة التدريبية:

يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة بمنهجية تطبيقية تركز على الإبداع والتفكير الاستراتيجي. تعتمد الدورة على ورش عمل مكثفة تتيح للمشاركين تطبيق المفاهيم النظرية على وجهات سياحية حقيقية. سيتم تحليل قصص نجاح وفشل لوجهات عالمية، مما يمنح المتدربين رؤية عميقة لأفضل الممارسات. سنستخدم أدوات مبتكرة لصناعة المحتوى، مع التركيز على الجانب العملي. سيقوم المشاركون بتطوير خطة محتوى متكاملة، بدءًا من تحديد القصة الرئيسية للوجهة وصولًا إلى جدول زمني للنشر على منصات التواصل الاجتماعي. هذه المنهجية تضمن أن يخرج المتدربون ليس فقط بالمعرفة، بل بالقدرة على تنفيذ حملات تسويقية إبداعية ومؤثرة تترك أثرًا دائمًا.

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أسس التسويق بالمحتوى السردي

- مفهوم التسويق بالمحتوى في قطاع السياحة.
- لماذا القصص مهمة في الترويج للوجهات.
- بناء القصة الرئيسية للوجهة السياحية.
- التعرف على أنواع المحتوى السياحي (الثقافي، المغامرات، الاسترخاء).
- تحليل الجمهور المستهدف واهتماماته.
- تحديد القيمة الفريدة للوجهة.
- تطبيق عملي على صياغة قصة وجهة.

الوحدة الثانية: استراتيجيات المحتوى الرقمي

- وضع خطة محتوى متكاملة.
- أنواع المحتوى (المكتوب، المرئي، التفاعلي).
- استخدام الصور والفيديوهات لتعزيز القصة.
- أهمية التدوين ومقالات السفر.
- صناعة المحتوى لوسائل التواصل الاجتماعي.
- القصص المصورة والجولات الافتراضية.
- ورشة عمل حول التخطيط للمحتوى.

- مفهوم العلامة التجارية للوجهة.
- عناصر العلامة التجارية (الرؤية، الرسالة، الهوية).
- كيفية بناء علامة تجارية قوية وموحدة.
- التعامل مع التحديات التي تواجه العلامة التجارية.
- إدارة سمعة الوجهة على الإنترنت.
- دور المؤثرين في بناء العلامة التجارية.
- تطبيق عملي على تصميم هوية بصرية.

الوحدة الرابعة: ترويج المحتوى والشراكات

- استراتيجيات ترويج المحتوى عبر المنصات الرقمية.
- التعاون مع وكالات التسويق السياحي.
- الشراكات مع المدونين والمؤثرين.
- الاستفادة من المحتوى الذي يولده المستخدمون (UGC).
- حملات البريد الإلكتروني المخصصة.
- إطلاق الحملات الإعلانية المدفوعة.
- تطبيق عملي على إعداد حملة ترويجية.

الوحدة الخامسة: قياس الأداء وتطوير المحتوى

- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للمحتوى.
- تحليل البيانات وتقارير الأداء.
- فهم كيفية تأثير المحتوى على قرارات المسافرين.
- جمع التغذية الراجعة من الجمهور.
- تطوير المحتوى بناءً على النتائج.
- الاتجاهات المستقبلية في التسويق السياحي.
- جلسة نقاش حول قصص نجاح من الواقع.

الأسئلة المتكررة:

ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل التسجيل في الدورة؟

لا توجد شروط مسبقة.

كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟

تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، بمعدل يومي يتراوح بين 4 إلى 5 ساعات، تشمل فترات راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي المدة إلى 20–25 ساعة تدريبية.

سؤال للتأمل:

كيف يمكن للوجهات السياحية الصغيرة، ذات الموارد المحدودة، أن تنافس الوجهات الكبرى في سرد القصص، وهل يمكن للقصة أن تكون أكثر تأثيرًا من الميزانيات الضخمة؟

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

تتميز هذه الدورة بتركيزها العميق على فن سرد القصص، الذي يعتبر أحد أقوى أدوات التسويق في العصر الحديث. لا تكتفي الدورة بتقديم الأدوات التقنية، بل تركز على الجانب الإبداعي والاستراتيجي في صناعة المحتوى. يدرك BIG BEN Training Center أن السياحة هي في جوهرها تجربة إنسانية، ولذلك تم تصميم المحتوى ليخلق علاقة عاطفية بين المسافر والوجهة، من خلال دمج النظرية

الأكاديمية مع التطبيقات العملية، ستتعلم كيف تتحول من مجرد مروج إلى راوٍ لقصص جذابة، قادر على إلهام المسافرين وتحويل الوجهات إلى ذكريات لا تُنسى.