



وبناء الثقة الدورة التدريبية: الإعلام والتجارة الإلكترونية

يوليو ٢٠٢٦ ٣٠ - ٢٦

عمان

(للشخص الواحد) € ٤١٠٠

Ref: #MED5652_67754



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة





الأعمال والمؤسسات. مع يتقاطع الإعلام والتجارة الإلكترونية: بناء الثقة في عصر يزداد فيه الاعتماد على الفضاء الرقمي، أصبح بناء الثقة ليس مجرد ميزة تزايد الشكوك حول المحتوى الرقمي ومصادقية المتاجر ليشكلان ركيزة أساسية لنجاح التجارة الشاملة من BIG BEN Training Center مصممة خصيصاً تنافسية، بل ضرورة حتمية. هذه الدورة التدريبية الإلكترونية، المحتوى، ورجال الأعمال بالمعرفة والمهارات الإلكترونية، مسؤولي العلاقات العامة، منشئي لتزويد مدراء التسويق، أخصائيو العلاقة بين الإعلام الرقمي الثقة مع العملاء والمجتمعات. تغطي الدورة جوانب اللازمة لتوظيف الإعلام بفعالية في بناء جسور صياغة المحتوى الموثوق، إدارة السمعة عبر الإنترنت، والتجارة الإلكترونية، آليات بناء المصادقية، فن متعددة بدءاً من فهم الجمهور. تستمد الدورة الولاء. نركز على أهمية الشفافية، الأصالة، والقدرة التعامل مع الأزمات، وصولاً إلى استراتيجيات تعزيز التسويق، وتقدم أمثلة عملية ودراسات رؤاها من أحدث الأبحاث في سلوك المستهلك الرقمي على تقديم قيمة حقيقية الشهير لكتاب الأكاديمي " Robert Cialdini (روبرت سيالديني)، حالة لعلامات تجارية نجحت في بناء ثقة راسخة وعلم النفس مبادئ الإقناع وكيف يمكن تطبيقها بشكل التأثير: سيكولوجية الإقناع"، يقدم إطاراً نظرياً عالم النفس الاجتماعي والمؤلف إلى تمكين كبير على تقاطع الإعلام والتجارة الإلكترونية: بناء أخلاقي لبناء الثقة والمصادقية، وهو ما ينطبق بشكل قوياً حول الثقة. يهدف هذا البرنامج التدريبي



المستدام في السوق الرقمي¹ بناء الثقة، مما يعزز قدرتهم على تحقيق نجاح المتدربين من إتقان الإعلام والتجارة الإلكترونية:





لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مدراء التسويق الرقمي.
- أخصائيو التجارة الإلكترونية.
- مسؤولو العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- منشئو المحتوى الرقمي.
- رواد الأعمال وأصحاب المتاجر الإلكترونية.
- الصحفيون والإعلاميون المهتمون بالتجارة.
- المحللون الرقميون.
- المسؤولون عن خدمة العملاء.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- شركات التجارة الإلكترونية (التجزئة عبر الإنترنت).
- وكالات التسويق الرقمي والإعلان.
- شركات التكنولوجيا والبرمجيات.
- إلكترونية). المؤسسات الإعلامية (التي تتضمن أقسام تجارة
- شركات الخدمات اللوجستية والدفع الإلكتروني.
- الشركات الكبرى التي تبيع منتجاتها عبر الإنترنت.
- الرقمية). المنظمات غير الربحية (التي تعتمد على التبرعات
- القطاع التعليمي (للمنصات التعليمية الإلكترونية).

الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارة التسويق الرقمي.
- قسم التجارة الإلكترونية.
- قسم العلاقات العامة والاتصال.
- إدارة المحتوى.
- قسم خدمة العملاء.
- قسم السمعة والعلاقات الإعلامية.
- قسم المبيعات الرقمية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- الإلكترونيات: فهم العلاقة بين الإعلام وبناء الثقة في التجارة
- تطوير استراتيجيات محتوى إعلامي لبناء المصداقية.
- إدارة السمعة الرقمية للعلامات التجارية.
- والإلكترونية: التعامل بفعالية مع الأزمات الإعلامية
- استخدام الدليل الاجتماعي لبناء الثقة.
- تعزيز الشفافية والأصالة في التواصل.
- قياس أثر بناء الثقة على أداء التجارة الإلكترونية.
- تجنب الممارسات التي تضر بالثقة.
- تحويل الزوار إلى عملاء مخلصين.

منهجية الدورة التدريبية:



الإعلام والتجارة التدريبية على منهجية تفاعلية وعملية تهدف إلى صقل يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة عمل وتمارين المفاهيم النظرية الأساسية للثقة في البيئة الإلكترونية: بناء الثقة. تبدأ الدورة بتقديم مهارات المشاركين في واقعية. سيقوم المتدربون بـ عملية مكثفة تمكن المتدربين من تطبيق استراتيجيات الرقمية، ثم تنتقل مباشرة إلى ورش لإدارة السمعة الرقمية، وصياغة رسائل موثوقة، تحليل حملات إعلامية ناجحة في بناء الثقة، وتطويراً بناء الثقة في سياقات لشركات واجهت الحصول على تغذية راجعة مباشرة وبناءة من المدربين والتعامل مع سيناريوهات الأزمات الافتراضية، مع خطط الخبرات وأفضل الممارسات. سيتم تحديات في الثقة وكيف تمكنت من استعادتها، وجلسات الخبراء. تتضمن الدورة دراسات حالة في التمارين والمشاريع، مما يساعدهم على تطوير توفير تغذية راجعة فردية وبناءة على أداء المتدربين نقاش مفتوحة لتبادل بناء الثقة وتعزيز المشاركين بالخبرة العملية التي لا تقدر بثمن، مما مهاراتهم بشكل مستمر. تهدف هذه المنهجية إلى تزويد النجاح في التجارة الإلكترونية. يؤهلهم لقيادة مبادرات فعالة في

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات الثقة في العصر الرقمي.



• مفهوم الثقة والمصادقية في التجارة الإلكترونية١

• دور الإعلام الرقمي في بناء الثقة١

• العوامل المؤثرة في ثقة المستهلك١

• سيكولوجية اتخاذ القرار الشرائي١

• الشفافية والأصالة كركائز للثقة١

• السمعة الرقمية وأهميتها١

• أمثلة على العلامات التجارية الموثوقة١

الوحدة الثانية: المحتوى الإعلامي وبناء المصادقية١

• صياغة المحتوى الإعلامي الموثوق١

• الصحافة الموثوقة ودورها في التجارة الإلكترونية١

• القصص الإنسانية وبناء الارتباط العاطفي١

• المراجعات والتقييمات كدليل اجتماعي١

• شهادات العملاء ودراسات الحالة١

• المحتوى التعليمي والتثقيفي١

• التعاون مع المؤثرين الموثوقين١

الإنترنت١ الوحدة الثالثة: إدارة السمعة والأزمات عبر



- مراقبة السمعة الرقمية.
- أدوات تحليل المشاعر والآراء.
- التعامل مع التعليقات السلبية والشكاوى.
- وضع خطة لإدارة الأزمات الإعلامية.
- استراتيجيات الاستجابة السريعة والفعالة.
- الشفافية في الأزمات.
- بناء فريق للاستجابة للأزمات.

الإلكترونية: الوحدة الرابعة: تعزيز الثقة من خلال التجارة

- أمان وخصوصية البيانات.
- خيارات الدفع الآمنة.
- سياسات الإرجاع والاستبدال الواضحة.
- دعم العملاء الفعال وسريع الاستجابة.
- التواصل المستمر والشفاف مع العملاء.
- بناء مجتمعات ولاء العملاء.
- تحويل الثقة إلى ولاء.

الوحدة الخامسة: قياس الأثر والتحديات المستقبلية.

- مقاييس الأداء الرئيسية لبناء الثقة.
- تحليل بيانات العملاء.
- تحديات بناء الثقة في عالم متغير.
- الثقة: دور التقنيات الناشئة (AI, Blockchain) في تعزيز
- أخلاقيات التسويق وبناء الثقة.
- مستقبل الإعلام والتجارة الإلكترونية.
- دراسات حالة متقدمة في بناء الثقة.



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:

الإعلام والتجارة الثقة في الفضاء الرقمي، كيف يمكن للمؤسسات في ظل التحديات المتزايدة للمعلومات المضللة وغياب جسور ثقة عميقة ودائمة مع جمهورها، تتجاوز مجرد الإلكترونيات، أن تتبنى استراتيجيات مبتكرة لبناء والشركات، من خلال تقاطع جميع مراحل التفاعل؟ المصداقية والولاء، مع ضمان الشفافية الكاملة في المعاملات التجارية لتصل إلى علاقات مبنية على

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



بناء الثقة، مما بتركيزها الشامل والعميق على Training Center تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN نظرة عامة فقط. نحن لا نقدم مجرداً معلومات يجعلها مختلفة ومتميزة عن الدورات الأخرى التي قد الإعلام والتجارة الإلكترونية: أخرى أساسيات التجارة جوانب تعزيز الثقة في البيئة الرقمية. على سبيل نظرية، بل توفر تطبيقاً عملياً مكثفاً يغطي جميع تقدم حالة الإعلام وبناء الثقة وكيفية تطوير استراتيجيات الإلكترونية، فإننا نغوص في فهم العلاقة بين المثال، بينما قد تشرح دورات من تحقيق ولاء العملاء. لعلامات تجارية نجحت في بناء ثقة راسخة، ونحلل محتوى إعلامي لبناء المصداقية. نقدم دراسات مع الأزمات الإعلامية والإلكترونية، مما كما تركز الدورة على إدارة السمعة الرقمية والتعامل الاستراتيجيات التي مكنتها على معرفة عميقة الرقمية. يضمن الجمع بين الخبرة الأكاديمية يمنح المتدربين القدرة على حماية وتعزيز صورتهم بفعالية نجاح أعمالهم من خلال بناء الثقة، ومهارات تطبيقية لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم لتعزيز العملية لمدرسين حصول المتدربين