



والتفاعل الدورة التدريبية: التسويق المؤسسي للخدمات العامة عبر منصات التواصل الاجتماعي لبناء الثقة

Ref: #GOV3411



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

الخاص، بل أصبح أولوية قصوى للمؤسسات الحكومية والخدمية. لم يعد في العصر الرقمي، أصبح التواصل الفعال مع الجمهور هذه الدورة التدريبية من BIG BEN أداة حيوية لتعزيز الشفافية والتفاعل وبناء الثقة التسويق المؤسسي يقتصر على القطاع العام بالمهارات اللازمة لتصميم وتنفيذ مصممة خصيصاً لتزويد المختصين في Training Center مع المواطنين. المهمة، وإدارة كيفية استخدام منصات التواصل الاجتماعي المختلفة استراتيجيات تسويق رقمي فعالة. سيتعلم المشاركون مجال التسويق الرقمي للقطاع الأزمات، وتحسين صورة المؤسسة. تعتمد الدورة على للتواصل مع الجمهور، ونشر المعلومات فيليب كوتلر (Philip Kotler)، الذي يعتبر الأب العام، مستندة إلى أفكار أكاديميين بارزين مثل أحدث الممارسات في الأفراد والمجموعات من يرى كوتلر أن التسويق هو عملية. Management. Marketing الروحي للتسويق الحديث ومؤلف كتاب Marketing على كيفية تطبيق هذه المبادئ في سياق خلالها ما يحتاجون إليه ويرغبون فيه. سيتعرف اجتماعية وإدارية يكتسب بكفاءة. ومستدامة مع الجمهور وتحقيق الأهداف المؤسسية الخدمات العامة، مما يمكنهم من بناء علاقات قوية المشاركون

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:



- مسؤولو العلاقات العامة والإعلام.
- المتخصصون في التسويق والاتصال المؤسسي.
- القيادات في الإدارات الحكومية.
- الموظفون في أقسام خدمة العملاء والمواطنين.
- المديرون في البلديات والمؤسسات الخدمية.
- مسؤولو المحتوى الرقمي.
- الخبراء الاستشاريون في الاتصال الحكومي.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الهيئات الحكومية على كافة المستويات.
- البلديات والإدارات المحلية.
- المؤسسات الخدمية العامة.
- الوزارات والهيئات التنظيمية.
- القطاع غير الربحي.
- الشركات المملوكة للدولة.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- أقسام التسويق الرقمي.
- إدارات خدمة العملاء والمواطنين.
- إدارات التحول الرقمي.
- أقسام التوعية والتثقيف.
- مراكز الإعلام الحكومي.
- إدارات التخطيط الاستراتيجي.



أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم مبادئ التسويق المؤسسي في القطاع العام.
- الاجتماعي. بناء استراتيجية فعالة للاتصال عبر منصات التواصل
- إنشاء محتوى جذاب ومتناسب مع الجمهور المستهدف.
- إدارة الحملات التوعوية والرقمية.
- تحليل البيانات وقياس أثر التسويق الرقمي.
- بناء الثقة والتفاعل مع الجمهور.
- الإنترنت. التعامل مع الأزمات والتفاعلات السلبية عبر

منهجية الدورة التدريبية:



الرقمي من خلال بين الأطر النظرية والتطبيق العملي. يتم تقديم يعتمد BIG BEN Training Center منهجية تدريبية تجمع لحملات حكومية ناجحة وفاشلة. عروض تقديمية واضحة، يليها تطبيق مباشر من خلال المفاهيم الأساسية للتسويق المؤسسي بتصميم خطة تسويق رقمي لمبادرة حكومية يشارك المتدربون في ورش عمل للعمل الجماعي حيث دراسات حالة واقعية يقدم يتم التركيز على الجلسات التفاعلية لتبادل الخبرات معينة، مع تحديد الجمهور المستهدف وأهداف الحملة. يقومون شاملاً لآليات التسويق عبر المدربون الخبراء تغذية راجعة مستمرة لضمان أن والتحديات التي يواجهونها في عملهم اليومي. المعرفة النظرية فحسب، بل يطورون أيضاً التواصل الاجتماعي. هذه المنهجية تضمن أن المشاركين المشاركين يطورون فهماً أهداف مؤسساتهم. القدرة على تطبيق هذه المهارات بفعالية لتحقيق لا يكتسبون

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات التسويق المؤسسي الرقمي



- مقدمة إلى التسويق المؤسسي للخدمات العامة.
- أهمية منصات التواصل الاجتماعي في القطاع العام.
- الفرق بين التسويق التجاري والحكومي.
- بناء استراتيجية تسويق رقمي متكاملة.
- تحديد الأهداف والجمهور المستهدف.
- تحليل SWOT للمؤسسة.
- أمثلة على حملات تسويقية حكومية ناجحة.

الوحدة الثانية: بناء المحتوى الجذاب

- أنواع المحتوى المناسب للمنصات التواصل الاجتماعي.
- أسس كتابة المحتوى الإبداعي.
- تصميم المحتوى المرئي (إنفوجرافيك، فيديو، صور).
- تكييف المحتوى مع كل منصة (X, Facebook, LinkedIn).
- بناء التقويم التحريري.
- استراتيجيات بناء التفاعل مع الجمهور.
- ورشة عمل: بناء خطة محتوى لمؤسسة خدمية.

الوحدة الثالثة: إدارة الحملات والإعلانات

- مراحل إطلاق الحملات الرقمية.
- إدارة الحملات التوعوية والإعلامية.
- مفهوم الإعلان الممول (Paid Advertising).
- أساسيات استهداف الجمهور.
- ميزانية الحملات الرقمية.
- مراقبة الأداء وتحسينه.
- دراسة حالة: حملة توعوية حكومية.



الوحدة الرابعة: قياس الأداء وإدارة الأزمات

- مؤشرات قياس أداء الحملات الرقمية.
- أدوات تحليل البيانات.
- التعامل مع التعليقات السلبية والشكاوى.
- بناء خطة للاستجابة للأزمات.
- الحفاظ على الثقة والشفافية.
- ورشة عمل: محاكاة أزمة على التواصل الاجتماعي.
- الاستماع الاجتماعي (Social Listening) وأهميته.

الحكومي الوحدة الخامسة: تطبيقات متقدمة ومستقبل التسويق

- أدوات إدارة منصات التواصل الاجتماعي.
- دمج التسويق الرقمي مع استراتيجية الاتصال الشاملة.
- استخدام المؤثرين في الحملات الحكومية.
- تحديات التسويق المؤسسي في القطاع العام.
- أفضل الممارسات الدولية.
- وضع خطة عمل لتطوير فريق التسويق.
- خطة عمل شخصية لتطبيق المهارات المكتسبة.

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:

في عملها؟ الانفتاح على الجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي، كيف يمكن للمؤسسات الحكومية تحقيق التوازن بين والحفاظ على السرية والمهنية المطلوبة

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

لا تقتصر الدورة المؤسسي للخدمات العامة، مما يجعلها مختلفة عن تتميز هذه الدورة بتركيزها المتخصص على التسويق هذه الأدوات مع الأهداف على تعليمك كيفية استخدام منصات التواصل الاجتماعي، الدورات التي تستهدف القطاع الخاص. سيكتسب المشاركون مهارات عملية لتصميم والقيم الحكومية. من خلال دراسات الحالة والتمارين بل تركز على كيفية تكييف المواطنين. هذه الدورة هي استثمار حقيقي في بناء حملات تسويق رقمي تعزز الثقة والشفافية والتفاعل مع التفاعلية، صورة المؤسسة وتقديم خدمات أفضل للمجتمع. قدرات تواصل فعالة ومسؤولة، مما يساهم في تحسين