للحملات التوعوية الدورة التدريبية: التسويق بالبريد الإلكتروني الاحترافي

يونيو - ٠٣ يوليو ٢٠٢٦ ٢٩

كوالالمبور

(للشخص الواحد) € ٥٢٠٠

Ref: #MED1615_300583

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

خاصة في سياقات التوعوية أداة قوية وفعالة للتواصل مع الجماهير يظل التسويق بالبريد الإلكتروني الاحترافي للحملات خصيصًا BIG BEN Training Center التوعية والتثقيف. هذه الدورة التدريبية الشاملة من المستهدفة وبناء علاقات قوية، العامة، قادة الحملات الاجتماعية، وموظفي المنظمات مسؤولي التسويق، مدراء الاتصال، أخصائيو العلاقات لتزويد مصممة تغطي الدورة جوانب متعددة تنفيذ، وإدارة حملات بريد إلكتروني مؤثرة تحقق غير الربحية بالمعرفة والمهارات اللازمة لتصميم، بريدية مستهدفة، تصميم محتوى رسائل جذاب بدءًا من فهم أساسيات التسويق بالبريد الإلكتروني، أهداف التوعية بفعالية. العشوائي. نركز الحملات، وصولا إلى تطبيق أفضل الممارسات لضمان ومقنع، استخدام أدوات الأتمتة، تحليل أداء بناء قوائم الجمهور على اتخاذ إجراء. تستمد على أهمية صياغة رسائل واضحة ومؤثرة، بناء الثقة، وصول الرسائل وتجنب مرشحات البريد الرقمي، وتقدم أمثلة عملية لحملات توعوية الدورة رؤاها من أحدث الأبحاث في سلوك المستهلك والقدرة على تحفيز نظريًا قيّمًا حول كوتلر)، الأستاذ الجامعي والمؤلف المشهور في مجال ناجحة. الأكاديمي " "Philip Kotler(فيليب والتسويق المختلفة من الجمهور، وكيف يمكن للبريد فهم كيفية تصميم حملات تسويقية فعالة تستهدف التسويق الحديث، يقدم إطارًا المتدربين من إتقان اتصال شاملة لتحقيق أهداف توعوية. يهدف هذا الإلكتروني أن يكون جزءًا لا يتجزأ من استراتيجية الشرائح الإلكتروني الاحترافي للحملات البرنامج التدريبي إلى تمكين

في مجتمعاتهم. التوعوية، مما يعزز قدراتهم على إحداث فرق إيجابي التسويق بالبريد

لـ: الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مسؤولو التسويق الرقمي.
- مدراء الاتصال والعلاقات العامة.
- أخصائيو الحملات التوعوية والاجتماعية.
- موظفو المنظمات غير الربحية.
- المسؤولون عن برامج التوعية الصحية والبيئية.
- رواد الأعمال الاجتماعيون.
- المتخصصون في التوعية المجتمعية.
- مدراء الحملات السياسية.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- المنظمات غير الربحية والجمعيات الخيرية.
- البيئة).الجهات الحكومية (خاصة في مجالات الصحة، التعليم،
- وكالات العلاقات العامة والتسويق الاجتماعي.
- المؤسسات التعليمية والبحثية.
- المؤسسات الإعلامية (لقسم التوعية).
- الشركات الكبرى (لبرامج المسؤولية الاجتماعية).
- مراكز الأبحاث والدراسات الاجتماعية.
- الهيئات الدولية والمحلية المعنية بالتنمية.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق والاتصال.
- قسم العلاقات العامة.
- قسم المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- إدارة الحملات التوعوية.
- قسم التوعية الصحية والبيئية.
- قسم التنمية المجتمعية.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- فهم أسس التسويق بالبريد الإلكتروني.
- بناء وتنمية قوائم بريدية مستهدفة.
- تصميم رسائل بريد إلكتروني جذابة ومقنعة.
- كتابة نصوص فعالة لزيادة معدلات الفتح والنقر.
- استخدام أدوات أتمتة التسويق بالبريد الإلكتروني.
- تحليل مقاييس أداء حملات البريد الإلكتروني.
- تطبيق أفضل الممارسات لضمان قابلية التسليم.
- تطوير استراتيجيات لحملات توعوية فعالة.
- التعامل مع التحديات القانونية والأخلاقية.

منهجية الدورة التدريبية:

الإلكتروني التدريبية على منهجية تطبيقية وعملية تهدف إلى صقل يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة النظرية الأساسية للتسويق بالبريد الاحترافي للحملات التوعوية. تبدأ الدورة بتقديم مهارات المشاركين في التسويق بالبريد بـ ورش عمل وتمارين عملية مكثفة تُمكن المتدربين من الإلكتروني في سياق التوعية، ثم تنتقل مباشرة إلى المفاهيم نصوص رسائل مؤثرة، بناء قوائم بريدية وهمية، وتصميم قوالب رسائل بريد تصميم وتنفيذ حملات حقيقية. سيقوم المتدربون مع الحصول على تغذية راجعة مباشرة وبناءة واستخدام أدوات الأتمتة الافتراضية، وتحليل مقاييس إلكتروني مخصصة، وكتابة ساهمت في نجاحها. لحملات توعوية ناجحة باستخدام البريد الإلكتروني، من المدربين الخبراء. تتضمن الدورة دراسات حالة الأداء، وجلسات التخطيط الاستراتيجي كما ستركز المنهجية على النقاشات المفتوحة لتبادل يتم تحليلها لفهم العوامل التي بشكل فردية وبناءة على أداء المتدربين في التمارين لتصميم حملات مستقبلية. سيتم توفير تغذية راجعة الخبرات والتحديات، تقدر بثمن، مما يؤهلهم مستمر. تهدف هذه المنهجية إلى تزويد المشاركين والمشاريع، مما يساعدهم على تطوير مهاراتهم لقيادة حملات توعوية مؤثرة وفعالة. بالخبرة العملية التي لا

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات التسويق بالبريد الإلكتروني التوعوي

- مفهوم وأهمية التسويق بالبريد الإلكتروني.
- الفرق بين التسويق التجاري والتوعوي.
- بناء قوائم بريدية مستهدفة وشرائح الجمهور.
- أدوات وأنظمة إدارة البريد الإلكتروني.
- معدلات الفتح، النقر، والتحويل في حملات التوعية.
- المفاهيم القانونية والأخلاقية (GDPR, CAN-SPAM).
- تخطيط حملة توعوية متكاملة.

الوحدة الثانية: تصميم وكتابة رسائل البريد الإلكتروني

- تصميم قوالب رسائل جذابة ومتجاوبة.
- كتابة عناوين جذابة ومحفزة للفتح.
- صياغة محتوى الرسالة بوضوح وتأثير.
- استخدام الصور ومقاطع الفيديو في الرسائل.
- دعوات العمل (Call to Action) الفعالة.
- التخصيص والتقسيم لزيادة التفاعل.
- اختبار A/B لتحسين الأداء.

الوحدة الثالثة: أتمتة البريد الإلكتروني وسلاسل الرسائل

- مفهوم أتمتة التسويق بالبريد الإلكتروني.
- إنشاء سلاسل رسائل ترحيبية وتثقيفية.
- الأتمتة بناءً على سلوك المستخدم.
- رسائل التذكير والمتابعة.
- استخدام قوالب الأتمتة الجاهزة.
- تخطيط رحلة العميل عبر البريد الإلكتروني.
- أتمتة التقارير والمتابعة.

الوحدة الرابعة: تحليل الأداء وتحسين الحملات.

- الإلكتروني. مقاييس الأداء الرئيسية في التسويق بالبريد
- تحليل معدلات الفتح، النقر، والارتداد.
- تتبع التحويلات والإجراءات المتخذة.
- تحديد نقاط الضعف وفرص التحسين.
- التعلم من حملات توعوية ناجحة.
- تقارير الأداء وإنشاء لوحات المعلومات.
- استراتيجيات النمو والتوسع.

التوعية. الوحدة الخامسة: أفضل الممارسات والتحديات في حملات

- ضمان قابلية التسليم وتجنب البريد العشوائي.
- التعامل مع الشكاوى وإدارة الاشتراكات.
- أمن البيانات والخصوصية.
- دمج التسويق بالبريد الإلكتروني مع قنوات أخرى.
- الاستفادة من التغذية الراجعة من الجمهور.
- تطوير المحتوى المستمر.
- الإلكتروني. التحديات المستقبلية في التسويق بالبريد

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:

رسائل بريدية تبرز وتتنوع مصادر المعلومات، كيف يمكن للمسؤولين عن في عصر تتزايد فيه أعداد رسائل البريد الإلكتروني الجمهور على التفاعل الإيجابي وتغيير بفاعلية، ليس فقط في جذب الانتباه، ولكن أيضًا في الحملات التوعوية أن يصمموا الإرهاق المعلوماتي للمستلمين؟ السلوك، مع الحفاظ على مصداقية الرسالة وتجنب تحفيز

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

الاحترافي للحملات بتركيزها الشامل والعميق على Training Center تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN التي قد تقدم نظرة عامة فقط. نحن لا نقدم التوعوية، مما يجعلها مختلفة ومتميزة عن الدورات التسويق بالبريد الإلكتروني دورات أخرى يغطي جميع جوانب تصميم وتنفيذ حملات بريد إلكتروني مجرد معلومات نظرية، بل نوفر تطبيقًا عمليًا مكثفًا الأخرى مستهدفة، وكيفية تصميم كيفية إرسال رسالة بريد إلكتروني، فإننا نغوص في مؤثرة. على سبيل المثال، بينما قد تشرح التوعية. نقدم دراسات حالة لحملات توعوية ناجحة رسائل بريد إلكتروني جذابة ومقنعة خصيصًا لأهداف بناء وتنمية قوائم بريدية وتحليل مقاييس أداء التي مكنتها من تحقيق أهدافها. كما تركز الدورة على باستخدام البريد الإلكتروني، ونحلل الاستراتيجيات حملات توعوية فعالة ومؤثرة. يضمن الحملات لضمان التحسين المستمر، مما يمنح المتدربين استخدام أدوات أتمتة التسويق في حصول المتدربين على معرفة عميقة ومهارات تطبيقية لا الجمع بين الخبرة الأكاديمية والعملية لمدربينا القدرة على قيادة مجتمعاتهم. تقدر بثمن، مما يؤهلهم لإحداث فرق إيجابي