



**مبتكرة وفعالة الدورة التدريبية: التسويق عبر الرسائل النصية
القصيرة (SMS Marketing) لحملات**

يوليو ٢٠٢٦ ٢٦ - ٢٢

بروكسل

(للشخص الواحد) € ٤٤٠٠

Ref: #MAR8492_204383



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة

عبر الرسائل النصية التدريبية المتخصصة التي تهدف إلى تمكين المشاركين يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة الأهداف التسويقية. في عصر يشهد تشبعاً القصيرة (SMS Marketing) وتحويله إلى أداة قوية من إتقان فن وعلم التسويق الأساسية والمتقدمة مباشرة وفعالة للغاية للتواصل مع العملاء. تتناول رقمياً، يظل التسويق عبر الرسائل النصية قناة لتحقيق المشتركين القانونية والأخلاقية، مروراً بصياغة لاستراتيجيات الرسائل النصية، بدءاً من بناء قوائم هذه الدورة التدريبية الجوانب على تقديم رؤى عملية أداء الحملات وتحسينها لتحقيق أقصى عائد على محتوى الرسائل الجذاب والموجز، وصولاً إلى تحليل مثل د. فيليب كوتلر (Dr. Philip Kotler)، وتطبيقية، مستلهماً من أعمال خبراء في مجال التسويق الاستثمار. يركز المنهج رسائل نصية تتسم وتكيف قنوات الاتصال لضمان الفاعلية. يتعلم الذي أكد دائماً على أهمية فهم سلوك المستهلك الرقمي والولاء للعلامة التجارية. سواء كنت بالاستهداف الدقيق، وتحفز على التفاعل، وتدعم أهداف المتدربون كيفية تصميم حملات نصية ناجحة تترك ستزودك هذه الدورة بالمعرفة والمهارات اللازمة مسوقاً متمرساً أو بدأت للتو في هذا المجال، المبيعات تأثيراً ملموساً لإطلاق وإدارة حملات رسائل



لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديرو التسويق.
- أخصائيو التسويق الرقمي.
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الصغيرة والمتوسطة.
- مديرو المنتجات.
- مسؤولو العلاقات العامة.
- مسؤولو خدمة العملاء.
- فرق المبيعات.
- الفعال عبر الرسائل النصية القصيرة. أي شخص مهتم بتوسيع معرفته في التسويق الرقمي

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- القطاع المالي والمصرفي.
- التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- الضيافة والسياحة.
- الاتصالات.
- الخدمات الصحية.
- العقارات.
- التعليم والتدريب.
- المنظمات غير الربحية.
- الخدمات الحكومية والهيئات العامة.
- قطاع السيارات.

الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- إدارات التسويق.
- إدارات المبيعات.
- إدارات خدمة العملاء.
- إدارات الاتصال والعلاقات العامة.
- إدارات تطوير الأعمال.
- إدارات التكنولوجيا والابتكار.
- إدارات استراتيجية الأعمال.
- إدارات الموارد البشرية (للتواصل الداخلي).

أهداف الدورة التدريبية:

- أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد
- إتقاناً. (SMS) تصميم استراتيجيات تسويق عبر الرسائل النصية
 - القانونية والأخلاقية بناء وإدارة قوائم مشترين وفقاً لأفضل الممارسات
 - صياغة رسائل نصية جذابة وموجزة تحقق أهداف الحملة.
 - بفاعلية استخدام أدوات ومنصات التسويق عبر الرسائل النصية
 - الأداء الرئيسية تحليل بيانات حملات الرسائل النصية وقياس مؤشرات
 - الاستثمار تحسين حملات الرسائل النصية لتحقيق أقصى عائد على
 - الرسائل تطبيق أفضل الممارسات في تجزئة الجمهور واستهداف
 - الرسائل النصية فهم اللوائح التنظيمية المتعلقة بالتسويق عبر
 - التسويق الرقمي الأخرى دمج التسويق عبر الرسائل النصية مع استراتيجيات
 - إنشاء حملات تسويقية تلقائية عبر الرسائل النصية.

منهجية الدورة التدريبية:



للمشاركين. يبدأ BIG تركيز على المزج بين المعرفة النظرية والتطبيق تعتمد هذه الدورة التدريبية منهجية تفاعلية وشاملة، والنظريات في مجال التسويق عبر كل وحدة بمقدمة نظرية قوية من BEN Training Center العملي لضمان أقصى استفادة في دراسات حالة واقعية تمكنهم من تحليل الرسائل النصية، تليها جلسات تطبيقية مكثفة. سيشارك تشمل أحدث المفاهيم في استخدام الرسائل النصية. سيتم تشجيع العمل الجماعي التحديات التسويقية الحقيقية وصياغة حلول مبتكرة المتدربين تغذية راجعة بناءة تصميم حملات رسائل نصية كاملة، من تحديد الأهداف من خلال ورش عمل تفاعلية حيث يتعاون المشاركون المهارات. كما سيتم استخدام أمثلة عملية من ومستمرة من قبل المدربين الخبراء لتعزيز الفهم إلى قياس النتائج. سيتم توفير مهارات عملية لتحليل أسباب النجاح والفشل واستخلاص الدروس حملات تسويق عبر الرسائل النصية ناجحة وفاشلة وتطوير على إطلاق وإدارة حملات رسائل قابلة للتطبيق الفوري في بيئة العمل، مما يضمن أن الاستفادة. يتم التركيز على اكتساب نصية فعالة فور الانتهاء من الدورة. يكون المتدرب قادرًا

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

النصية. الوحدة الأولى: أساسيات التسويق عبر الرسائل



- إمكاناته في المزيج التسويقي. (Marketing مقدمة إلى التسويق عبر الرسائل النصية (SMS))
- مزايا وفوائد التسويق عبر الرسائل النصية للشركات.
- معلوماتية، خدمة عملاء، الأنواع المختلفة لحملات الرسائل النصية (ترويجية،
- النصية (GDPR)، (CAN-SPAM) اللوائح القانونية والأخلاقية للتسويق عبر الرسائل
- وإدارة قوائم الانسحاب (Opt-out) أهمية الحصول على موافقة المشتركين (Opt-in)
- والمحفز للعمل، مكونات الرسالة النصية الفعالة: الموجز، الجذاب،
- الجماعية، مقدمة لمنصات وأدوات إرسال الرسائل النصية

الوحدة الثانية: بناء وتنمية قوائم المشتركين.

- استراتيجيات بناء قوائم مشتركين عالية الجودة.
- (موقع ويب، تطبيقات، نقاط بيع)، طرق جمع الموافقات (Opt-in) عبر قنوات متعددة
- أهمية تجزئة قوائم المشتركين لتحقيق استهداف دقيق.
- إدارة وتنظيف قوائم الرسائل النصية لضمان الفاعلية.
- المتكاملة مع الرسائل النصية، أدوات وأنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM)
- النصية، مكافآت وبرامج الولاء لتشجيع الاشتراك في الرسائل
- أمثلة عملية على حملات بناء القوائم الناجحة.

للحملات، الوحدة الثالثة: صياغة المحتوى الفعال والتصميم



• (SMS Copywriting) تقنيات كتابة الرسائل النصية الموجزة والجذابة

• النقرات: استخدام الروابط القصيرة (Short URLs) لتتبع

• دمج الرموز التعبيرية (Emojis) لتحسين التفاعل

• استراتيجيات تخصيص الرسائل النصية

• النصية: النداء إلى الإجراء (Call-to-Action) في الرسائل

• اختبار A/B للمحتوى لتحسين الأداء

• أمثلة على رسائل نصية ناجحة في قطاعات مختلفة

الوحدة الرابعة: إطلاق الحملات وتحليل الأداء

• تخطيط وجدولة حملات الرسائل النصية

• مراقبة أداء الحملات في الوقت الفعلي

• النقرات: عبر الرسائل النصية (معدلات التسليم، الفتح، قياس مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في التسويق

• تحليل بيانات الحملات واستخلاص الرؤى

• المستقبلية: استخدام أدوات التحليلات لتحسين الحملات

• النصية: التعامل مع التحديات الشائعة في حملات الرسائل

• الرسائل النصية: استراتيجيات إعادة الاستهداف (Retargeting) عبر

التسويق: الوحدة الخامسة: استراتيجيات متقدمة وتكامل

• خدمة العملاء: التسويق التشغيلي (Transactional SMS) ودوره في

• (Automation) التسويق الأتمتة عبر الرسائل النصية (SMS)

• الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي: دمج التسويق عبر الرسائل النصية مع البريد

• والعروض الخاصة: استخدام الرسائل النصية لدعم حملات المبيعات

• دراسات حالة متقدمة لحملات رسائل نصية مبتكرة

• النصية (RCS Messaging): الاتجاهات المستقبلية في التسويق عبر الرسائل

• النصية كعنصر أساسي: بناء استراتيجية تسويق شاملة باستخدام الرسائل



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:

الأخلاقية التي يعيد تعريف تجربة العملاء في ظل المشهد الرقمي كيف يمكن للتسويق عبر الرسائل النصية القصيرة أن قد تنشأ عن الاستخدام المكثف لهذه القناة؟ المتغيراً باستمرار، وما هي التحديات

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



المتدربين لمهارات قابلة الجانب العملي والتطبيقي للتسويق عبر الرسائل تتميز هذه الدورة التدريبية بتركيزها العميق على من الدورات التي تكتفي بتقديم مفاهيم عامة، للتطبيق الفوري في بيئات العمل المتنوعة. خلافاً النصية، مما يضمن اكتساباً بل تحقق أيضاً القوية، وكيفية صياغة رسائل نصية لا تلتزم فقط نتعمق في استراتيجيات بناء قوائم المشتركين للعديد تحليل البيانات الدقيقة للحملات، مما يمكن أعلى معدلات التفاعل والتحويل. يركز المنهج على بالمعايير القانونية والأخلاقية، على أمثلة عملية من استراتيجياتهم لتحقيق أفضل النتائج الممكنة. نحن المشاركون من فهم المؤشرات الرئيسية للأداء وتعديل المتدرب على التكيف مع أي منصة أو نظام. صناعات متعددة، بعيداً عن التركيز على أدوات معينة، نقدم رؤى مستنيرة ومبنية مما ، مع التركيز على البحث BIG BEN Training Center يتم تقديم الدورة بأسلوب أكاديمي احترافي من قبل لضمان قدرة يضمن تلقي أحدث المعلومات وأكثرها دقة، والتطوير المستمر في مجال التسويق الرقمي،