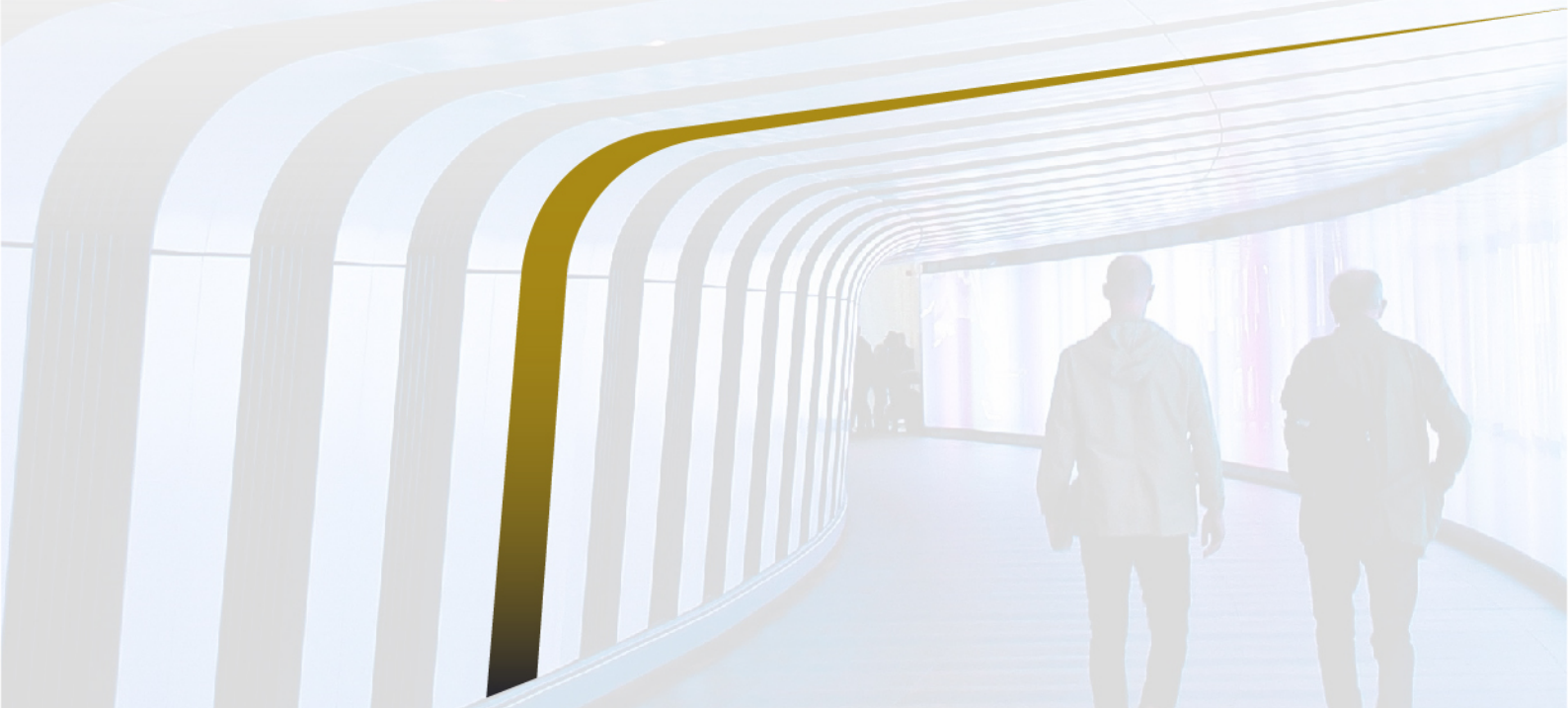
لتحقيق التميز الدورة التدريبية: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي المتقدم للعلامات التجارية



يونيو - ٠٣ يوليو ٢٠٢٦ ٢٩

مدريد

٥٧٠٠ € (للشخص الواحد)

Ref: #MED1191_289000

مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

المستهلكين. هذه الاجتماعي مجرد منصات للتواصل، بل أصبحت محركات في المشهد الرقمي اليوم، لم تعد وسائل التواصل مصممة خصيصًا لتمكين العلامات Center الدورة التدريبية المتقدمة منBIG BEN Training قوية للنمو التجاري والتأثير على البيانات تسويقية مبتكرة عبر مختلف قنوات التواصل الاجتماعي. الارتقاء بحضورها الرقمي، وتطوير استراتيجيات التجارية من تضمن أقصى عائدًا على الاستثمار، الكبيرة لفك شفرة سلوك المستهلك، وبناء حملات تغطي الدورة جوانب متقدمة مثل تحليل تحويل التحديات استراتيجيات المحتوى التفاعلي الذي يعزز الولاء بالإضافة إلى إدارة الأزمات الرقمية وصياغة إعلانية مستهدفة مع العلامة التجارية. تستمد الدورة في هذا المجال إلى فرص، وكيفية بناء مجتمعات رقمية للعلامة التجارية. نركز على كيفية نجاحًا الاجتماعي والتسويق الرقمي، وتقدم أمثلة عملية رؤاها من أحدث الأبحاث والدراسات في علم النفس حقيقية تتفاعل بأبحاثه حول وسائل التواصل باهرًا. الأكاديمي " "Andreas Kaplan (أندرياس ودراسات حالة من علامات تجارية عالمية حققت إلى تزويد إطارًا نظريًا قيّمًا حول فهم ديناميكيات هذه الاجتماعي وتأثيرها على الأفراد والشركات، يقدم كابلان)، المعروف رقمي متقدمة، تضع علامتهم المشاركين بالمعرفة والأدوات اللازمة لتطوير وتنفيذ المنصات. يهدف هذا البرنامج التدريبي الفعال والمستمر مع جمهورهم المستهدف. التجارية في صدارة المنافسة وتضمن لهم التواصل استراتيجيات تسويق

الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة لـ:

- مدراء التسويق الرقمي.
- مسؤولو وسائل التواصل الاجتماعي.
- مدراء العلامات التجارية.
- خبراء العلاقات العامة الرقمية.
- أصحاب الأعمال والمدراء التنفيذيون.
- المتخصصون في تحليل البيانات التسويقية.
- المستشارون في مجال التسويق الرقمي.

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية.
- شركات التكنولوجيا والاتصالات.
- القطاع المصرفي والخدمات المالية.
- شركات السلع الاستهلاكية سريعة التداول (FMCG).
- وكالات التسويق والإعلان.
- قطاع الضيافة والسياحة.
- تتفاعل مع الجمهور. الشركات في القطاعات الحكومية وشبه الحكومية التي

الأقسام المؤسسية المستهدفة:

- إدارة التسويق.
- إدارة العلامة التجارية.
- إدارة الاتصال المؤسسي.
- إدارة التجارة الإلكترونية.
- إدارة العلاقات العامة.
- قسم المبيعات.
- قسم خدمة العملاء.

أهداف الدورة التدريبية:

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

- الاجتماعي. صياغة استراتيجيات تسويق متقدمة عبر وسائل التواصل
- تحليل بيانات الجمهور والمنافسين بفعالية.
- بناء حملات إعلانية مستهدفة لتحقيق أقصى عائد.
- التجارية. إدارة المحتوى التفاعلي الذي يعزز الولاء للعلامة
- التجارية. التعامل مع الأزمات الرقمية وحماية سمعة العلامة
- الرئيسية. قياس أداء الحملات التسويقية وتحليل مؤشرات الأداء
- استخدام أدوات الاستماع الاجتماعي لمراقبة السوق.
- التجارية. بناء مجتمعات رقمية نشطة ومتفاعلة حول العلامة
- التواصل الاجتماعي. تحديد الاتجاهات الناشئة في التسويق عبر وسائل

منهجية الدورة التدريبية:

والتدريب العملي المكثف. يتم التدريبية بمنهجية تطبيقية متقدمة تجمع بين يقدم BIG BEN Training Center هذه الدورة التواصل الاجتماعي من خلال عروض تقديمية استعراض أحدث النظريات والمفاهيم في التسويق عبر المحاضرات التفاعلية التسويق في دراسات حالة واقعية لعلامات تجارية عالمية غنية بالمعلومات ونقاشات جماعية. يشارك المتدربون وسائل المتدربين من تطبيق التقنيات الناجحة وتحديد عوامل التميز. تتضمن الدورة ورش عمل ومحلية، مما يتيح لهم تحليل استراتيجيات راجعة بيانات الجمهور باستخدام أدوات متخصصة، وصياغة خطط المتقدمة، مثل بناء حملات إعلانية تجريبية، وتحليل عملية تُمكن مما يعزز من عملية التعلم فردية وبناءة لكل مشارك على أدائه في التمارين استجابة للأزمات الرقمية. سيتم توفير تغذية العمل الجماعي وتبادل الخبرات، وتوفير بيئة تعليمية ويساعد على تطوير المهارات. تُشجع المنهجية على والمشاريع العملية، لتطبيق ما يتعلمونه في الفعال يتم بالممارسة، ولذلك نركز على توفير أقصى محفزة للإبداع والابتكار. نحن نؤمن بأن التعلم سياقات عملية. قدر من الفرص للمتدربين

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الاجتماعي. الوحدة الأولى: استراتيجيات متقدمة لوسائل التواصل

- فهم ديناميكيات المنصات الرقمية الرئيسية.
- بناء استراتيجية تسويقية متكاملة للعلامة التجارية.
- تحديد الأهداف الذكية (SMART) للتسويق الاجتماعي.
- تحليل المنافسين واستراتيجياتهم.
- تحديد شرائح الجمهور المستهدف بدقة.
- تطوير شخصيات المشتري (Buyer Personas) الرقمية.
- مراجعة أداء استراتيجيات التسويق الحالية.

الوحدة الثانية: تحليل البيانات الكبيرة وذكاء الجمهور.

- أدوات تحليل البيانات في وسائل التواصل الاجتماعي.
- قراءة وتحليل مقاييس الأداء الرئيسية (KPIs).
- فهم سلوك المستخدم وتحليلات المشاعر.
- تحديد الاتجاهات والأنماط في بيانات الجمهور.
- الاستفادة من البيانات لتحسين استراتيجيات المحتوى.
- التنبؤ بسلوك المستهلكين بناءً على البيانات.
- إعداد تقارير تحليلية شاملة.

الوحدة الثالثة: حملات الإعلانات المدفوعة والتسويق بالمؤثرين.

- تخطيط حملات إعلانية مدفوعة متقدمة.
- استهداف الجمهور بدقة على المنصات الإعلانية.
- تحسين تكلفة النقرة (CPC) وعائد الإنفاق الإعلاني (ROAS).
- اختيار المؤثرين المناسبين للعلامة التجارية.
- بناء علاقات استراتيجية مع المؤثرين.
- قياس فعالية حملات التسويق بالمؤثرين.
- التعامل مع اللوائح والقوانين المتعلقة بالإعلانات.

الوحدة الرابعة: إدارة المحتوى التفاعلي وبناء المجتمعات.

- إنشاء محتوى جذاب وتفاعلي للعلامات التجارية.
- استراتيجيات بناء مجتمعات رقمية نشطة.
- التعامل مع التعليقات والاستفسارات والشكاوى.
- إدارة المحتوى الذي ينشئه المستخدمون (UGC).
- تنظيم المسابقات والحملات التفاعلية.
- بناء الولاء للعلامة التجارية من خلال التفاعل.
- أهمية القصص المرئية والفيديوهات القصيرة.

الوحدة الخامسة: إدارة الأزمات الرقمية وقياس العائد.

- الاجتماعي. التحضير للأزمات المحتملة على وسائل التواصل
- صياغة خطط الاستجابة للأزمات الرقمية.
- المراقبة الفورية للأزمات والتدخل السريع.
- إعادة بناء الثقة بعد الأزمة.
- الاجتماعي. قياس العائد على الاستثمار (ROI) لجهود التسويق
- أهمية التحسين المستمر والتعلم من الأخطاء.
- مراجعة وتطوير استراتيجيات التسويق المستقبلية.

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:

التسويقية عبر وسائل كيف يمكن للعلامات التجارية الحفاظ على الأصالة في ظل التطور المتسارع لتقنيات الذكاء الاصطناعي،

التواصل الاجتماعي، دون أن تفقد قدرتها التنافسية؟ والإبداع البشري في حملاتها

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟

المتقدمة للعلامات بتقديم استراتيجيات التسويق عبر Training Center تتميز هذه الدورة التدريبية التي يقدمها BIG BEN التي قد تركز على الأساسيات. نحن لا نقدم التجارية، مما يجعلها مختلفة ومتميزة عن الدورات وسائل التواصل الاجتماعي قد تشرح عمليًا يركز على كيفية تحقيق التميز والتفوق في سوق مجرد معلومات نظرية، بل نوفر رؤى عميقة وتطبيقًا الأخرى البيانات الكبيرة لفك شفرة سلوك دورات أخرى كيفية استخدام أدوات التحليل، فإننا شديد التنافسية. على سبيل المثال، بينما إعلانية فائقة الاستهداف لتحقيق أقصى عائد على المستهلك بشكل استراتيجي، وكيفية بناء حملات نغوص في تحليل تحويل التحديات إلى فرص متكاملة لإدارة الأزمات الرقمية التي قد تواجه الاستثمار. كما تتفرد الدورة بتقديم استراتيجيات لمدربينا حصول المتدربين على معرفة عميقة لتعزيز السمعة. يضمن الجمع بين الخبرة الأكاديمية العلامات التجارية، وكيفية عالية. جهود التسويق الرقمي لعلاماتهم التجارية بكفاءة ومهارات تطبيقية لا تقدر بثمن، مما يؤهلهم لقيادة والعملية وفعالية