



والأتمتة المتقدمة الدورة التدريبية: المبيعات الرقمية الشاملة واستراتيجيات التسويق

Ref: #SAL7323



مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة





وأدوات الأتمتة مجرد عملية إتمام صفقة، بل أصبحت فناً وعلماً يتطلب في عصر التحول الرقمي المتسارع، لم تعد المبيعات في رحلة معرفية متكاملة، بدءاً من فهم المبتكرة. هذه الدورة التدريبية الشاملة تأخذ فهداً عميقاً للسلوك البشري الرقمي هذه الدورة لتمكين استراتيجيات التسويق المتقدمة والأتمتة الذكية. أساسيات المبيعات الرقمية وصولاً إلى إتقان المشاركين الفضاء الرقمي، وذلك من الأفراد والمؤسسات من تحقيق أقصى استفادة من الفرص يقدمها BIG BEN Training Center العملاء عبر الإنترنت، واستخدام تحليلات البيانات خلال بناء خطط مبيعات رقمية متكاملة، وتحسين تجربة اللامتناهي التي يوفرها يجب أن يكون (Kotler) التسويق الرقمي، البروفيسور فيليب كوتلر (Philip) لقرارات مستنيرة. يرى الأكاديمي البارز في مجال الرقمية المتغيرة. تركز الدورة على تطبيق على فهم عميق لاحتياجات العملاء وتوقعاتهم في مبنياً، أن التسويق الحديث للنجاح في عالم الأعمال واقعية ودراسات حالة تفاعلية، لضمان اكتساب المفاهيم النظرية في سياقات عملية، مع أمثلة البيئة التي تمكنكم من بناء وتطوير فرق الرقمي. إنها مصممة خصيصاً لتزويدكم بالأسس الصلبة المشاركين للمهارات اللازمة مؤثرة، واستخدام أدوات الأتمتة لتحسين الكفاءة مبيعات رقمية ناجحة، وتصميم حملات تسويقية رقمية والأدوات المتطورة النمو الرقمي التقليدي للمبيعات والتسويق، لتدخل بكم إلى عالم وزيادة الإيرادات. تهدف الدورة إلى تجاوز المفاهيم استراتيجيات



لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة

- مديرو المبيعات والتسويق
- أخصائيو المبيعات الرقمية
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة
- المسؤولون عن تطوير الأعمال
- مديرو المنتجات
- المسوقون الرقميون
- محللو البيانات في مجال المبيعات والتسويق
- طلاب التسويق وإدارة الأعمال
- المتخصصون في التجارة الإلكترونية

القطاعات والصناعات المستهدفة:

- الشركات الناشئة في جميع القطاعات
- صناعة التكنولوجيا والبرمجيات
- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية
- صناعة الخدمات المالية
- الشركات العقارية
- قطاع التعليم والتدريب
- القطاع الصحي والصيدلاني
- الشركات الاستشارية

قطاع السياحة والضيافة



- خدماتها وتحسين التواصل مع الجمهور، الهيئات الحكومية وما في حكمها التي تسعى لرقمنة
- الأقسام المؤسسية المستهدفة:
- إدارة المبيعات.
- إدارة التسويق الرقمي.
- قسم تطوير الأعمال.
- إدارة خدمة العملاء.
- إدارة المنتجات.
- قسم التحليلات والذكاء الاصطناعي.
- إدارة العلاقات العامة الرقمية.
- أقسام التجارة الإلكترونية.
- إدارة الاتصالات المؤسسية.

أهداف الدورة التدريبية:

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



- تصميم استراتيجيات مبيعات رقمية شاملة وفعالة١
- تحسين مسار تحويل المبيعات الرقمي١
- استخدام أدوات أتمتة المبيعات والتسويق بفعالية١
- مستنيرة١ تحليل بيانات المبيعات الرقمية لاتخاذ قرارات
- بناء فرق مبيعات رقمية عالية الأداء١
- المبيعات١ تطبيق أفضل ممارسات التسويق بالمحتوى لزيادة
- تطوير حملات إعلانية رقمية ناجحة١
- الرقمية١ قياس عائد الاستثمار لحملات المبيعات والتسويق
- إدارة علاقات العملاء في البيئة الرقمية١
- المبيعات١ استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين عمليات

منهجية الدورة التدريبية١



لضمان تحقيق أقصى منهجية تدريبية تفاعلية وشاملة، تجمع بين الأطر يعتمد BIG BEN Training Center في هذه الدورة التفاعلية التي يقدمها خبراء في مجال استفادة للمشاركين. تتضمن المنهجية مزيجاً من النظرية والممارسات العملية إلى جانب ورش العمل التطبيقية التي تتيح للمشاركين المبيعات الرقمية واستراتيجيات التسويق والأتمتة المحاضرات مبيعات رقمية من شركات واقعية. يتم التركيز على دراسات الحالة الفعلية، فرصة تطبيق المفاهيم المكتسبة في سيناريوهات في بيئات عمل متنوعة. كما يتم تشجيع رائدة، مما يساعد المشاركين على فهم كيفية تطبيق حيث يتم تحليل تحديات وحلول يثري النقاش ويخلق بيئة تعليمية تعاونية. يتم تقديم العمل الجماعي وتبادل الخبرات بين المشاركين، مما الاستراتيجيات هذه المنهجية وتوفير توجيهات فردية لتعزيز مهاراتهم في المبيعات جلسات تغذية راجعة منتظمة لتقييم تقدم المشاركين في تحليل البيانات واتخاذ فعالة في تمكين المشاركين من تطوير خطط عمل قابلة الرقمية وتحسين استراتيجياتهم. تُعد والأتمتة القرارات الاستراتيجية في مجال التسويق الرقمي للتطبيق، وتعزيز قدراتهم

خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

الوحدة الأولى: أساسيات المبيعات الرقمية الشاملة.



- مفهوم المبيعات الرقمية وتطورها.
- الفرق بين المبيعات التقليدية والرقمية.
- العميل الرقمي: فهم سلوكه واحتياجاته.
- (Digital Sales Funnel) بناء مسار تحويل المبيعات الرقمي (Digital Sales).
- أدوات وتقنيات المبيعات الرقمية الحديثة.
- التحليلات الأولية للمبيعات الرقمية.
- تحديد أهداف المبيعات الرقمية الذكية.

الفاعل. الوحدة الثانية: استراتيجيات التسويق الرقمي

- التسويق بالمحتوى لدعم المبيعات.
- تحسين محركات البحث للمبيعات الرقمية.
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي للمبيعات.
- حملات الإعلانات المدفوعة (PPC) لزيادة المبيعات.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني للمبيعات.
- التسويق بالعمولة والشراكات الرقمية.
- بناء العلامة التجارية الرقمية الداعمة للمبيعات.

الوحدة الثالثة: أتمتة المبيعات والتسويق.

- مقدمة في أتمتة المبيعات والتسويق.
- المبيعات أدوات إدارة علاقات العملاء (CRM) وأتمتة
- أتمتة التسويق: من التوعية إلى التحويل.
- أتمتة البريد الإلكتروني وسير العمل.
- الدردشة الآلية (Chatbots) ودورها في المبيعات.
- أتمتة تحليل البيانات والتقارير.
- أفضل الممارسات في تطبيق الأتمتة.



المبيعات الرقمية^١: الوحدة الرابعة: تحليل البيانات والقياس في

- مقدمة في تحليل بيانات المبيعات والتسويق^١.
- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) للمبيعات الرقمية^١.
- استخدام أدوات التحليل لقياس الأداء^١.
- تحليل سلوك المستخدمين الرقمي^١.
- تفسير البيانات لاتخاذ قرارات مستنيرة^١.
- تتبع عائد الاستثمار (ROI) للحملات^١.
- بناء لوحات معلومات للمبيعات الرقمية^١.

المستقبل^١: الوحدة الخامسة: المبيعات الرقمية المتقدمة وتحديات

- التسويق الشخصي والتجارب المخصصة^١.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في المبيعات الرقمية^١.
- (Commerce) المبيعات عبر التجارة الاجتماعية (Social)^١.
- تحديات المبيعات الرقمية والحلول^١.
- بناء فرق مبيعات رقمية ناجحة^١.
- أخلاقيات المبيعات والتسويق الرقمي^١.
- الاتجاهات المستقبلية في المبيعات الرقمية^١.

الأسئلة المتكررة^١:

التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة^١.

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:

الأخذ في الاعتبار تستفيد من استراتيجيات المبيعات الرقمية والأتمتة كيف يمكن للمنظمات الصغيرة ذات الموارد المحدودة أن التحديات التكنولوجية والبشرية؟ المتقدمة لتحقيق نمو مستدام، مع

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



وغير مجزأة المبيعات الرقمية مع استراتيجيات التسويق والأتمتة، تتميز هذه الدورة بتركيزها الشامل والعميق على دمج جانباً واحداً، نركز هنا على التأثير بين هذه لعملية النمو الرقمي. خلافاً للدورات التي قد مما يوفر للمشاركين رؤية متكاملة مما يسمح للشركات. تعتمد الدورة على أمثلة عملية ودراسات العناصر لتقديم حلول متكاملة تلامس الواقع العملي تتناول التفكير النقدي والتحليلي للمشاركين بتطبيق المفاهيم بشكل فوري وفعال. كما حالة مستقاة من تجارب شركات رائدة، مبيعات رقمية مبتكرة وقابلة للتكيف مع التغيرات لدى المشاركين، لتمكينهم من صياغة استراتيجيات نركز على تطوير مهارات مع التركيز على بناء هي مساحة لاكتساب فهم عميق للمبادئ التي تحكم السوقية. إنها ليست مجرد دورة لتعلم الأدوات، بل ملموسة في عالم المبيعات الرقمية المعقد القدرة على اتخاذ قرارات مستنيرة وتحقيق نتائج النجاح في الفضاء الرقمي،