

إدارة العلامات التجارية والهوية الشركاتية: كيف تبني وتحافظ على سمعتك التجارية

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: IND11-102

هدف الكورس

عند الانتهاء من هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- تطوير الدعم الاستراتيجي للعلامة التجارية من جميع أصحاب المصلحة، بما في ذلك القادة التنفيذيين والموظفين والعملاء والمؤثرين ووسائل الإعلام
- استخدام العناصر الرئيسية للعلامة التجارية لإنشاء أو تحديث العلامة التجارية
- شرح فوائد العلامة التجارية، كيفية إنشاء هوية إيجابية، وكيفية إصلاح سمعة تالفة
- شرح كيفية مراقبة أداء العلامة التجارية على مر الزمن وتوصية بالإجراء المناسب عند الحاجة
- وصف كيفية تحديد قيم العلامة التجارية واختيار مواقف السوق المناسبة
- مناقشة لماذا تعتبر العلامات التجارية أصولًا قيمة وكيفية إدارة إنشائها وتطويرها بعناية

الجمهور

هذه الدورة مخصصة لـ

- مديري التسويق والمديرون التنفيذيون
- مديري العلاقات العامة والتنفيذيون
- أصحاب الأعمال
- رواد الأعمال
- مديري الاتصالات والمديرون
- مدير العلامة التجارية
- مدير المنتج

منهجية التدريب

يجمع هذا البرنامج التفاعلي بشكل كبير بين العروض التقديمية والمحاضرات المتخصصة والمناقشات ودراسات الحالة والأنشطة التفاعلية مثل الاختبارات ومراجعة تصميم العلامات التجارية وجلسات الأسئلة والأجوبة.

يُشجَّع المشاركون على التفكير استنادًا إلى تجاربهم وثقافاتهم الخاصة.

الملخص

صورة العلامة التجارية القوية والفريدة أمر أساسي لأي منظمة للتمييز عن غيرها في السوق. يساعد هذا التمييز أيضًا على بناء علاقات جيدة مع العملاء. إذا شعروا بأنهم يتقاسمون نفس القيم مع العلامة التجارية، سيكونون وفيين وأكثر جذبًا لها.
سيقدم هذا الدورة في إدارة العلامة التجارية والهوية الشركاتية أدوات عملية ومهارات لإدارة الهوية الشركاتية وعلامات المنتج أو الخدمة استراتيجياً.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

القسم 1 : المقدمة: لماذا تهم العلامات التجارية؟

- ما هي العلامة التجارية؟ مقارنة بين العلامة التجارية والمنتج
- أهمية العلامة التجارية وما يمكن أن يُعتبر علامة تجارية
- ما الذي يجب أن تتضمنه العلامة التجارية؟
- إدارة العلامة التجارية وقيمة العلامة التجارية
- كيف تضيف العلامة التجارية قيمة للمؤسسة؟

القسم 2: إنشاء علامة تجارية فعّالة

- عناصر هوية العلامة التجارية، ستة عوامل رئيسية يجب مراعاتها، استراتيجيات لجعل هوية العلامة التجارية لا تُنسى
- المعايير الأساسية لاستراتيجية العلامة التجارية
- ربط العلامة التجارية برؤية المؤسسة ورسالتها وقيمها وأهدافها
- الخصائص الرئيسية للعلامات التجارية القوية
- ربط العلامة التجارية بالماضي والحاضر والمستقبل

القسم 3: تسويق العلامة التجارية

- النجاح في وسائل الإعلام الجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات والأنشطة الترويجية
- الترخيص
- رعاية الفعاليات
- تنظيم فعاليات إطلاق العلامة التجارية مع ضمان التناسق
- إنشاء علاقات بين الجمعيات الحالية والجديدة للعلامة التجارية
- إنشاء خطط تواصل للعلامة التجارية لجماهير مختلفة
- تطوير الجوانب المالية للعلامة التجارية، العلامة التجارية كأصل
- العلاقة بين العلامات التجارية والقنوات، العوامل الجغرافية، التحالفات والعلامات التجارية المشتركة

القسم 4: حماية قيمة العلامة التجارية بمرور الوقت

- مراقبة تجربة العملاء وإدراكهم للعلامة التجارية وما يُقال عنها في وسائل الإعلام
- النظر في تقديم منتجات جديدة للعلامة التجارية؛ ما هي الإيجابيات والسلبيات لتوسيع العلامة التجارية
- معرفة متى يجب تجديد العلامة التجارية لتعكس استراتيجية العمل المتغيرة والبيئة
- تقديم قطاعات سوقية جديدة، تقديم أسواق إقليمية/قارية جديدة، الاعتبارات الدولية، بناء قيمة العلامة التجارية العالمية
- الازدهار في وسائل الإعلام الجديدة، قنوات الإعلان، الأنشطة الترويجية، علاقات الإعلام، رعاية الفعاليات، تصميم اتصالات التسويق

القسم 5: تطوير الدعم للعلامة التجارية

- (توظيف سفراء العلامة التجارية (المشاهير، الموظفين، المعجبين والمدونين
- البحث عن بطل للعلامة التجارية من فريق القيادة يتناغم مع العملاء والعملاء المحتملين
- الشعارات، الرموز، الشخصيات، الشعارات والتغليف
- تطوير استراتيجية مناسبة للمنتجات، استراتيجية القنوات، استراتيجية التسعير والهندسة القيمية
- ISO 10668 إثبات قيمة العلامة التجارية للمساهمين باستخدام المعيار الدولي

تفاصيل الشهادة

Holistique Training. عند إتمام هذه الدورة التدريبية بنجاح، سيحصل المشاركون على شهادة إتمام التدريب من (e-Certificate) وبالنسبة للذين يحضرون ويكملون الدورة التدريبية عبر الإنترنت، سيتم تزويدهم بشهادة إلكترونية من Holistique Training.

وخدمة اعتماد التطوير المهني (BAC) معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم Holistique Training شهادات ISO 29993.وISO 21001وISO 9001 كما أنها معتمدة وفق معايير ،(CPD) المستمر

لهذه الدورة من خلال شهاداتنا، وستظهر هذه النقاط على شهادة إتمام (CPD) يتم منح نقاط التطوير المهني المستمر واحدة عن كل ساعة CPD يتم منح نقطة، CPD ووفقًا لمعايير خدمة اعتماد .Holistique Training التدريب من .لأي دورة واحدة نقدمها حاليًا CPD حضور في الدورة. ويمكن المطالبة بحد أقصى قدره 50 نقطة

التصنيفات

خدمة العملاء والعلاقات العامة, الإعلام والتسويق, المبيعات والتسويق

مقالات ذات صلة



?What Is Corporate Brand Identity and Why Does It Matter

Explore corporate identity and branding from core values to visual design. Learn why it’s key .for trust, talent attraction, and business differentiation

YouTube Video

https://www.youtube.com/embed/xi-FZzZ9Hd4?si=lS1MEXWP8fkU-67v