

بناء صورة علامة تجارية ناجحة: الخطوات الأساسية

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PM1-107

هدف الكورس

:عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على

- .فهم تأثير تصميم العلامة التجارية على الأعمال بشكل عام
- .تحليل العلامات التجارية الأخرى وتحديد العوامل التي تجعلها ناجحة
- .تطوير مهارات التفاوض لعرض مشروع ناجح
- .أن تصبح قائدًا لفريق المشروع لتحفيز وتوجيه تنفيذ المشروع
- .استخدام مهارات إدارة الوقت والتنظيم لتطوير خارطة طريق استراتيجية للتنفيذ
- .استقبال الملاحظات بشكل بناء وتطبيقها عمليًا
- .إجراء أبحاث السوق لفهم احتياجات جمهورك
- .إجراء تدقيق شامل للعلامة التجارية وفهم نقاط الضعف

- صياغة بيان للعلامة التجارية يشمل قيمك ويكسب دعم العملاء الداخليين.

الجمهور

تم تصميم هذا التدريب لأي شخص مسؤول عن إنشاء علامة تجارية جديدة أو استراتيجية تسويق أو يشارك في بحث حول تغيير الجمهور المستهدف للشركة. سيكون هذا التدريب مفيدًا بشكل خاص لـ:

- مديري التسويق
- مديري حسابات الأعمال
- المصممين
- كتّاب المحتوى
- أصحاب الأعمال
- مخططي المشاريع
- مديري التغيير
- محللي البيانات
- مديري العلامات التجارية

منهجية التدريب

يستخدم هذا التدريب أساليب تعليمية متنوعة للبالغين لتعزيز الفهم الكامل والاستيعاب. سيشاهد المشاركون عروضاً تقديمية تحتوي على أمثلة لشركات أخرى خضعت لتطوير العلامة التجارية، وسيراجعون التغييرات التي أجرتها، وكيفية زيادة التحويلات كنتيجة لذلك.

سيقومون بالعمل الجماعي مع تقسيم العملاء وأنماط الشخصية لفهم كيف يمكن لتغيير العلامة التجارية أن يفيد العمل، والعمل على تقديم اقتراحات للتغييرات التي من شأنها تعزيز تفاعل الجمهور بشكل أكثر فعالية. سيتم تزويدهم معاً بنموذج لشركة وهمية وسيُطلب منهم تقديم اقتراح لتغيير محتمل في العلامة التجارية لبقية المجموعة، مع ذكر الأسباب والفوائد المتوقعة من التعديلات.

الملخص

سمعة العلامة التجارية أمر حيوي لنجاح الأعمال. فهي تبني الثقة، تحفز عمليات الشراء، وتشجع على التوصيات. يُعد التسويق العضوي وسيلة فعّالة من حيث التكلفة لجذب العملاء.

يتعاون مدير العلامة التجارية مع فرق التصميم والكتابة الإبداعية والأعمال لإنشاء علامة تجارية دائمة وذات تأثير. يضمنون أن صورة العلامة التجارية تلبي توقعات الأطراف المعنية قبل إطلاقها في السوق.

يفكر مديرو العلامات التجارية الناجحون بشكل إبداعي، ويبتكرون، ويطورون مهارات تواصل وتفاوض قوية. يبنون علاقات عبر الأقسام، يديرون التغييرات الاستراتيجية، ويقدمون تصميم علامة تجارية يتناغم مع الجمهور الداخلي والخارجي.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Introduction to Branding

- A brand design definition.
- Why your brand matters to your business.
- Branding vs. marketing.
- Opportunities to improve and support branding changes.
- Branding challenges in the modern market.

Section 2: Your Role As a Brand Manager

- Customer brand equity.
- The benefits of customer brand equity on your business.
- Your positioning model.
- Your role as a mediator.
- Value chain management.

Section 3: Branding Models

- Developing your brand vision and setting goals.
- Looking and competitors and understanding your place in the market.
- Fulfilling your contractual requirements.
- Brand communication and return on investment.
- Reviewing budgeting and how you can make positive change.

Section 4: Your Brand Management Process

- Establishing brand values.
- Planning your strategic roadmap.

- Implementing brand change plans.
- Measuring performance and interpreting consumer change.
- Sustainable development and recognising failures.

Section 5: Celebrating Equality & Identity

- Establishing brand loyalty and trust.
- Developing brand awareness.
- Scrutinising brand associations and making developments to avoid negativity.
- Elements of brand identity.
- The essence of your brand.

Section 6: Customer Segmentation

- Brand philosophy.
- Brand growth and strategy.
- Fighting for brand freedom.
- Brand and line extensions.

Section 7: Evaluation & Continuous Improvement

- Brand auditing and definition.
- Auditing techniques.
- Creating brand questionnaires to understand effectiveness.
- Evaluating brand development performance.
- Assessing feedback and making positive changes.

تفاصيل الشهادة

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

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

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

الإعلام والتسويق, المبيعات والتسويق, خدمة العملاء والعلاقات العامة

مقالات ذات صلة



Amplifying Brand Visibility: Key Strategies For Boosting Brand Awareness

In today's competitive business landscape, brand awareness is vital for success. Learn why it matters, its impact on the customer journey, B2B marketing, and sales. Discover steps to .build a brand awareness strategy and methods to measure its effectiveness