

تخطيط وتنفيذ إجراءات تسويق استراتيجي فعال في العالم العربي

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PM1-104

هدف الكورس

:عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على

- .فهم الفئة المستهدفة واحتياجاتهم التسويقية
- .تحليل أفضل المنصات والأوقات وطرق التواصل لتحويل الجمهور
- .التعرف على المنافسين وتقييم استراتيجياتهم التسويقية
- .استخدام أساليب تواصل فعّالة مختلفة لأنواع الشخصيات المختلفة لتقسيم الجمهور
- .تطوير ميزانية للتسويق واستخدام أساليب تسويقية مبتكرة لتحقيق عائد على الاستثمار
- .التخطيط للمستقبل من خلال دراسة اتجاهات التسويق وتطوير إطار استراتيجي بناءً على توقعات منطقية
- .مراجعة النتائج وتعديل الخطط لزيادة التحويل
- .لضمان الملاءمة الصحيحة لأعمالك A/B اختبار الاستراتيجيات التسويقية باستخدام خطط اختبار
- .إنشاء مجموعة من الخطط التسويقية للاستخدام المستقبلي للحفاظ على تفاعل الجمهور

الجمهور

هذه الدورة مثالية لأي شخص يعمل في بيئة عمل ويكون مسؤولاً عن جذب جمهور أوسع أو تحقيق عائد أكبر على الاستثمار :في أنشطة التسويق الخاصة بهم. ستكون هذه الدورة مفيدة بشكل خاص لـ

- تنفيذيي التسويق
- أصحاب الأعمال
- المديرين الماليين
- مديري التغيير
- مديري المشاريع
- ممثلي وسائل التواصل الاجتماعي
- مديري خدمة العملاء
- المديرين العامين
- مديري المنتجات
- الرؤساء التنفيذيين للتسويق

منهجية التدريب

يستخدم هذا الدورة مزيجًا من العروض التقديمية والأنشطة الجماعية بقيادة المدرب لاكتشاف وتقييم أفضل المنصات .التسويقية لمختلف أنواع الأعمال

ستقوم بإنشاء استراتيجية تسويقية فعّالة باستخدام أطر عمل احترافية، ومناقشات جماعية، وورش عمل لتطوير خطة تسويقية تجذب جمهورك. سيكون لديك وصول إلى تحليلات تسويقية واقعية والعمل على فهم أفضل الخيارات التسويقية لتحقيق أكبر تأثير ضمن ميزانية محددة.

الملخص

ليست الحملات التسويقية بسيطة كما قد تبدو للوهلة الأولى. يجب عليك تحديد الجمهور المستهدف، واكتشاف اهتماماتهم وعاداتهم، ووضع إعلانات مبتكرة وإبداعية أمامهم باستخدام منصة تسويقية من المرجح أن يصلوا إليها.

هذا، بالإضافة إلى الأسواق المتغيرة بسرعة والمنتجات المتطورة باستمرار، يعني أنه كمسوق، يجب عليك حقًا متابعة اتجاهات وأساليب التسويق لزيادة التحويلات.

التسويق الاستراتيجي لا يتعلق بوضع إعلان عالميًا على أمل جذب عدد كافٍ من العملاء المهتمين. بل يتعلق بالنظر إلى المستقبل وفهم اتجاه السوق. ستحتاج إلى تحليل أفضل المنصات التسويقية، واستخدام البيانات المتاحة للمستخدمين، ووضع خطط تسويقية مسبقة لجذب عملاء جدد، واستقطاب العملاء وأصحاب المصلحة، وزيادة مبيعات المنتجات الجديدة للعملاء الحاليين للحفاظ على اهتمامهم.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: An Introduction to Marketing Strategy

- Understanding the current marketing environment.
- Your business’ macros and micro-environments.
- Ansoff’s Matrix of marketing objectives.

Section 2: Understanding Your Target Demographic

- Segmentation of your audience.
- Introducing new products.
- Your audiences’ persona and future needs.
- How to build trust with your customers.
- Your customers’ motivators.

Section 3: Assess Your Current Standpoint

- Understanding market share.
- Market research in comparison to corporate objectives.
- Price point analysis to maximise revenue.
- Your current product longevity and bringing new products to market.

Section 4: Analyse User Data & Behaviours

- Accessing phone data to understand your customers' needs and wants.
- Understand user behaviour and predict their next move.
- Identify potential new target audiences based on your product assets.
- The psychology of purchasing.

Section 5: Finding the Right Platform

- Social media strategies.
- Programmatic advertising.
- Paper-based adverts.
- How to access word-of-mouth advertising.
- Emailing and gathering repeat custom - generate and churn.
- Global marketing vs. local marketing methods.

Section 6: Creating a Marketing Framework

- The 4 Ps - product, place, price, and promotion.
- Investments vs. expenses.
- Tracking financials and staying within budget.
- Devising a strategic rollout.

Section 7: Interpreting Trending Data for Future Predictions

- Determine future demand for your products.
- Will you need to adjust products, marketing strategies or your target audience to maintain success?
- Creating a workable product lifestyle that your customers love.
- Marketing forecasts and cross-channel efficiency.

Section 8: New Marketing Tactics to Keep Things Fresh

- Designing your marketing campaign.
- Creating an advertising strategy.

- Developing clear and compelling content.
- Promotion vs. standard advertising techniques.

Section 9: Deliver & Monitor Your Strategy

- A/B Testing strategies.
- Monitoring performance, efficiency, and effectiveness.
- Auditing your process to aid effective decision-making.
- Anticipating dips and troughs.

Section 10: Lessons Learned, Regrouping & Moving Forward

- Demonstrating wins and losses.
- Generating long-term profitability from a lift and shift framework.
- Sharpen your strategy to improve customer retention and build brand loyalty.

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 (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

مقالات ذات صلة



ما هو الفرق بين المبيعات والتسويق

تعد عمليات المبيعات والتسويق جزءًا أساسيًا من استراتيجية النجاح لأي شركة تجارية. ومع ذلك، فإن بعض الأشخاص يخطؤون في تمييز الفرق بين المبيعات والتسويق، ويعتقدون أنهما نفس الشيء. ومع ذلك، فإن هناك اختلافات هامة بينهما.

YouTube Video

https://www.youtube.com/embed/68pPwQ__rT0?si=ulrrTDYA_bFxxKs1