

تسويق وبراندينغ الضيافة في العالم العربي: كيف تجذب الضيوف وتبني الهوية الفريدة

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: IND15 - 138

هدف الكورس

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم المبادئ الأساسية للتسويق والعلامات التجارية في قطاع الضيافة.
- تطوير هويات علامات تجارية قوية تعكس توقعات الضيوف.
- تصميم حملات تسويقية عبر القنوات الرقمية والتقليدية.
- استغلال السرد القصصي وتسويق المحتوى لتعزيز ظهور العلامة التجارية.
- بناء ولاء العملاء من خلال تجارب تسويقية مخصصة.

- تحليل بيانات الضيوف واتجاهات السوق لتوجيه الاستراتيجية.
- إدارة سمعة العلامة التجارية والحضور الإلكتروني بفعالية.
- مواءمة أهداف التسويق مع الأهداف العامة للأعمال.

الجمهور

هذه الدورة مثالية لـ:

- المتخصصين في التسويق والاتصالات في الفنادق والمنتجعات.
- مديري العلامات التجارية واستراتيجيي الضيافة.
- فرق المبيعات وتطوير الأعمال في قطاع السياحة.
- أخصائيي التسويق الرقمي ومنشئي المحتوى.
- مديري تجربة الضيوف وتفاعل العملاء.
- رواد الأعمال الذين يطلقون مشاريع في مجال الضيافة أو السياحة.
- مستشاري الضيافة ووكالات الإعلان.

منهجية التدريب

يتم تقديم الدورة من خلال مزيج من المحاضرات التفاعلية، ودراسات الحالة الواقعية، وتمارين تدقيق العلامات التجارية، ومحاكاة التسويق. سيعمل المشاركون على تطوير استراتيجيات علامات تجارية فعلية، وخطط محتوى، وأدوات لتقسيم الضيوف. تشجع المنهجية على التعلم التعاوني والتطبيق العملي، مما يضمن أن يغادر المشاركون باستراتيجيات قابلة للتنفيذ للاستخدام الفوري.

الملخص

في ظل البيئة التنافسية الحالية التي تركز على التجربة في قطاع الضيافة، يتجاوز النجاح في التسويق وبناء العلامة التجارية مجرد الترويج، حيث يشكل الانطباعات، ويعزز الولاء، ويؤثر على كل تفاعل مع الضيوف. يزود هذا البرنامج التدريبي المشاركين بالمعرفة والأدوات اللازمة لتطوير هويات علاماتهم التجارية بشكل جذاب وتنفيذ استراتيجيات تسويقية فعالة مخصصة لقطاع الضيافة.

سيستكشف المشاركون أساسيات التسويق في مجال الضيافة، بما في ذلك تحديد موقع العلامة التجارية، ورسم خريطة رحلة العميل، والتفاعل الرقمي، وإنشاء المحتوى، وإدارة السمعة. كما يغطي البرنامج كيفية تكييف الاستراتيجيات مع تغيرات السوق، وسلوكيات المستهلكين، والتقنيات الناشئة. بنهاية البرنامج، سيكون المتعلمون مستعدين لقيادة مبادرات تسويقية تتواصل عاطفياً مع الضيوف وتعزز قيمة العلامة التجارية.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Foundations of Hospitality Marketing and Branding

- Understanding the unique characteristics of the hospitality market.
- Introduction to service-based branding and emotional positioning.
- Elements of a strong hospitality brand: vision, voice, values.
- Overview of the marketing mix (7Ps) in a hospitality context.
- Brand consistency across touchpoints (rooms, service, communication).
- The link between brand identity and guest loyalty.
- Identifying key challenges in modern hospitality marketing.

Section 2: Customer Segmentation and Journey Mapping

- Market research methods in hospitality.
- Understanding guest personas and behavior patterns.
- Segmenting customers based on lifestyle, travel purpose, and values.
- Mapping the customer journey: pre-arrival, stay, post-stay.
- Identifying moments that influence guest decisions.
- Designing personalized offers and communications.
- Tools for collecting and analyzing guest feedback.

Section 3: Digital Marketing in Hospitality

- Role of digital transformation in hotel marketing.
- Building an effective digital presence (website, SEO, mobile UX).
- Social media strategies for engagement and conversion.
- Email marketing, retargeting, and loyalty communication.
- Online advertising and Google Ads campaigns.
- Managing reviews on TripAdvisor, Google, Booking.com, etc.

- Using influencers and user-generated content ethically.

Section 4: Brand Storytelling and Content Strategy

- Crafting compelling brand stories that resonate with guests.
- Visual branding and storytelling through imagery and video.
- Editorial calendars for blog and social media content.
- Using local culture and experiences to differentiate the brand.
- Creating content that aligns with sustainability and wellness trends.
- Case study: Brands that built loyalty through storytelling.
- Integrating guest-generated stories into brand campaigns.

Section 5: Performance Measurement and Reputation Management

- Setting marketing KPIs for hospitality (bookings, engagement, ROI).
- Tools for tracking campaign performance and guest sentiment.
- Reputation management strategies for online platforms.
- Crisis communication and brand recovery best practices.
- Collecting, analyzing, and acting on guest reviews.
- Aligning guest feedback with service and marketing improvements.
- Building a review response strategy that protects brand value.

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 وخدمة اعتماد التطوير المهني (BAC) معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم 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

الترفيه والضيافة والرياضة, الإعلام والتسويق, خدمة العملاء والعلاقات العامة

مقالات ذات صلة



Crafting Effective Marketing Strategies for Hospitality Brands

Discover how hospitality brands tackle tech changes, seasonality, and competition to adapt, .stand out, and deliver memorable guest experiences