

"استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي للشركات: دليل شامل"

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: IND11-105

هدف الكورس

:عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على

- .فهم أهمية وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الأسواق الحديثة
- .استيعاب كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل احترافي للأعمال التجارية
- .التخطيط والتصميم والتطوير الفعال لهوية وصوت على وسائل التواصل الاجتماعي
- .تحليل صفحات وسائل التواصل الاجتماعي للمنافسين لفهم كيفية التفاعل مع الجمهور المستهدف
- .شرح العناصر الخمسة وكيفية تطبيقها في تسويق وسائل التواصل الاجتماعي
- تأسيس فريق كفء لوسائل التواصل الاجتماعي لإدارة المنصات المختلفة وتحقيق القيمة من خلال تفاعل المحتوى.
- .تقييم الأساليب المثلى للتفاعل مع الجمهور المستهدف لبناء علاقة جيدة وتحسين سمعة المنظمة

الجمهور

تم تصميم هذه الدورة لأي شخص داخل المؤسسة يرغب في إنشاء أو تطوير حضوره على وسائل التواصل الاجتماعي :لتعزيز نطاق التسويق الخاص به. ستكون هذه الدورة مفيدة بشكل خاص لـ

- مديري وسائل التواصل الاجتماعي
- مديري التسويق
- مديري المبيعات
- أصحاب الأعمال
- مديري التفاعل المجتمعي
- كتّاب المحتوى
- موظفي العلاقات العامة
- ممثل العلاقات الإعلامية

منهجية التدريب

يستخدم هذا الدورة مجموعة متنوعة من أساليب التعلم للكبار لتعزيز الفهم والاستيعاب الكامل. سيقوم المشاركون بمراجعة أمثلة حقيقية لصفحات وسائل التواصل الاجتماعي التي أنشأتها منظمات راسخة لتسليط الضوء على أساليب التواصل .وميزات تحسين محركات البحث والاتجاهات

سيشارك المشاركون في مجموعة متنوعة من أساليب التعلم والتمارين لضمان فهم شامل ومتكامل للمحتوى المُدرّس. تشمل هذه الأساليب العروض التقديمية والمواد المرئية ودراسات الحالة والأنشطة الفردية. سيضمن ذلك قدرة المشاركين على مواءمة معرفتهم الحالية بفعالية مع المحتوى والمهارات المُدرّسة.

الملخص

لقد أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي تحولاً جذرياً في أسلوب تواصلنا كمجتمع. تشارك كل منطقة في العالم في وسائل التواصل الاجتماعي وطورت كل منها منصات خاصة بها تتناسب مع اهتماماتها واحتياجاتها الاجتماعية. وقد أتاح هذا المجال فرصة جديدة تمامًا للتسويق للشركات والمؤسسات، حيث يمكن لجماهير واسعة مشاهدة المحتوى الذي يرغبون فيه والتفاعل معه.

كما هو الحال في مجالات الأعمال الأخرى، من الضروري إنشاء علامة تجارية يمكن التعرف عليها لتحقيق النجاح على وسائل التواصل الاجتماعي. يجب أن تظل هذه العلامة التجارية متسقة عبر جميع المنصات وتعكس بدقة غرض وأهداف ومعتقدات الشركة. ولتعزيز علامتهم التجارية، يجب على الشركات فهم كيفية استكشاف المواضيع الرائجة والمشاركة فيها، سواء من خلال إنتاج محتواهم الخاص أو الإعجاب والتعليق ومشاركة محتوى الآخرين.

يجب أيضًا التركيز بشكل كبير على المستهلكين أنفسهم. نظرًا لأنهم سيتفاعلون مع الشركة، فإن بناء علاقة إيجابية معهم أمر ضروري. إنشاء حوار يتعلق بالاهتمامات الرئيسية أو الثقافة الشعبية أو القضايا العالمية يضمن فتح خط للتواصل. ومع ذلك، يجب على الشركة أيضًا الاستعداد للانتقادات وفهم كيفية التعامل مع ردود الفعل السلبية.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Introduction to Social Media

- Identifying the various social media platforms, their purpose, and primary users.
- Describe the marketing mix and the five P’s and explain how these can apply to social media.
- The importance of developing a unique online identity that remains consistent with the business brand.
- Recognising the target audience and focusing on a particular platform with its strongest population.

Section 2: Building a Brand

- Reflecting the organisation’s core beliefs throughout its social media presence.
- Maintaining a consistent image between all social media platforms.

- Exploring a communication style that will be well received by the target audience and suit the brand's image.
- Analysing past and present trends to predict future trends accurately.
- Partaking in relevant trends as they are occurring.

Section 3: Marketing Through Social Media

- Establishing expectations, goals and objectives for the use of social media.
- How each platform is most suitable for particular methods of marketing.
- Innovative techniques for generating value through online content.
- Integrating typical marketing methods with consumer expectations, demands and wants.
- Utilising SEO factors to redirect traffic from social media platforms to business-related websites.

Section 4: Social Media Management

- Examining the roles and responsibilities of a social media manager and social media team.
- Understanding the consequences of poor social media management.
- Following the Nine-step Ideal Participant Profile Process.
- Assessing engagement analytics to adjust content based on performance.
- Opening a direct line of communication with consumers.

Section 5: Reputation

- Evaluating the response from the target audience and responding accordingly.
- Managing negativity, filtering out hate and responding appropriately to complaints.
- Listening to the consumer's issues and wants to incorporate them into standard business practice.
- Building trust and rapport through friendliness, openness and interaction.

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)، المستمر 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

القيادة والإدارة, الإعلام والتسويق

مقالات ذات صلة



?Why Is Social Media Important for Your Small Business Today

In the digital era, social media is vital for small businesses. Learn to identify your social audience, tailor content, and engage effectively. Discover tips, including segmentation, consistent branding, and data-driven optimisation, to harness social media's power for .growth

YouTube Video

https://www.youtube.com/embed/JPKXceNc_TA?si=hjKlUWjWjQMnfjtC