

إدارة النمو والتسويق الأدائي: استراتيجيات فعالة لتحقيق النجاح

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PM1-121

هدف الكورس

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم دور ومسؤوليات مديري النمو وقادة تسويق الأداء.
- تصميم وتنفيذ أطر نمو تتماشى مع أهداف العمل.
- تحسين الحملات التسويقية الرقمية عبر القنوات لتحقيق العائد على الاستثمار وقابلية التوسع.
- استخدام تحليلات البيانات، واختبارات A/B، ونماذج الإسناد لتحفيز الأداء.
- التعاون بفعالية مع فرق المنتج والمبيعات ونجاح العملاء.

الجمهور

هذه الدورة مثالية لـ:

- المتخصصين في التسويق الذين ينتقلون إلى أدوار النمو أو الأداء.
- مديري واستراتيجيي التسويق الرقمي.
- رواد الأعمال ومؤسسي الشركات الناشئة.
- مديري المنتجات الذين يسعون لتعزيز قدرات النمو.
- المحللين والمستشارين العاملين في بيئات تركز على النمو.

منهجية التدريب

يجمع هذا الدورة بين المحاضرات والتمارين العملية ودراسات الحالة والمناقشات الجماعية. سيستخدم المشاركون أدوات التسويق ومنصات التحليل لتصميم واختبار وتحسين استراتيجيات التسويق للنمو والأداء في سيناريوهات عملية.

الملخص

تم تصميم هذه الدورة التدريبية المتقدمة للمهنيين الذين يطمحون إلى التفوق كمديري نمو وقادة تسويق الأداء، وهي أدوار

محورية في توسيع نطاق الأعمال الرقمية الحديثة. توفر الدورة معرفة معمقة باستراتيجيات النمو، وقنوات تسويق الأداء، واتخاذ القرارات المستندة إلى البيانات، والقيادة متعددة الوظائف.

سيتعلم المشاركون كيفية دمج الإبداع مع التحليل لدفع اكتساب العملاء، وزيادة التفاعل، والاحتفاظ بهم. تركز الدورة على أطر التجريب، وتحسين مسار التحويل، واستراتيجيات الوسائط المدفوعة، ونماذج الإسناد، مما يزود المتعلمين بالمهارات اللازمة لتحقيق تأثير ملموس على الأعمال.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Introduction to Growth and Performance Marketing

- Defining the roles of Growth Manager and Performance Marketing Lead.
- The growth mindset: experimentation and agility.
- Key differences between traditional marketing and growth marketing.
- Case studies of companies that scaled through growth-driven strategies.

Section 2: Customer Acquisition and Funnel Optimisation

- Understanding the customer journey and growth funnels.
- Multi-channel acquisition strategies: paid, organic, partnerships.
- Conversion rate optimisation (CRO) techniques.
- Retention and lifecycle marketing tactics.

Section 3: Paid Media and Performance Campaigns

- Campaign setup and optimisation across Google Ads, Meta, LinkedIn, TikTok.
- Programmatic advertising and remarketing strategies.
- Budget allocation and bidding strategies for ROI.
- Attribution modelling and measuring channel effectiveness.

Section 4: Data, Analytics, and Experimentation

- Key metrics and KPIs for growth and performance marketing.
- Tools: Google Analytics, Mixpanel, Amplitude, BI dashboards.
- Designing and analysing A/B tests and multivariate experiments.

- Data-driven decision-making for campaign scaling.

Section 5: Leadership and Cross-Functional Collaboration

- Leading growth initiatives across product, sales, and customer success.
- Building and managing high-performance growth teams.
- Communicating results and insights to stakeholders.
- Creating long-term growth roadmaps and scaling strategies.

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

القيادة والإدارة, 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.