

إدارة العلامات التجارية المستدامة: دليل شامل للنجاح في السوق العربية

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: PM1-119

هدف الكورس

عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم مبادئ إدارة العلامات التجارية المستدامة
- تطوير وتنفيذ استراتيجيات العلامات التجارية المستدامة
- تحليل تأثير الاستدامة على قيمة العلامة التجارية
- إدارة علاقات العملاء مع التركيز على الاستدامة
- تطبيق الأدوات والمنهجيات لتقييم العلامات التجارية المستدامة

الجمهور

هذه الدورة موجهة إلى:

- المتخصصين في التسويق والعلامات التجارية الذين يسعون لدمج الاستدامة
- استشاريي الاستدامة
- قادة الأعمال ورواد الأعمال
- الأكاديميين والباحثين في مجال التنمية المستدامة

منهجية التدريب

تستخدم هذه الدورة مجموعة متنوعة من أساليب التعلم للكبار لتعزيز الفهم والاستيعاب الكامل:

- محاضرات تفاعلية
- دراسات حالة وأمثلة من الواقع
- مناقشات جماعية ومشاريع تعاونية
- تمارين عملية باستخدام أدوات تقييم الاستدامة

الملخص

يتناول هذا البرنامج التدريبي الشامل دمج الممارسات المستدامة مع إدارة العلامات التجارية، مع التركيز على الحفاظ على البيئة والمسؤولية الاجتماعية. سيكتسب المشاركون المعرفة والأدوات اللازمة لإدارة العلامات التجارية بشكل مستدام، مع التأكيد على أهمية توافق قيم العلامة التجارية مع أهداف التنمية المستدامة. يغطي البرنامج تطوير وتنفيذ استراتيجيات العلامات التجارية المستدامة، وتقنيات التسويق والاتصال الفعّالة لتحقيق الاستدامة، واستخدام أدوات التقييم لقياس وتحسين استدامة العلامة التجارية. من خلال المحاضرات التفاعلية ودراسات الحالة والتمارين العملية، سيتعلم المشاركون كيفية التعامل مع تعقيدات إدارة العلامات التجارية المستدامة في سوق اليوم.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Introduction to Sustainable Brand Management

- Key concepts and definitions
- Importance of sustainability in brand management
- Case studies on successful sustainable brands

Section 2: Developing Sustainable Brand Strategies

- Principles of Sustainable Branding
- Strategic planning for sustainability
- Integrating sustainability into brand positioning

Section 3: Marketing and Communication for Sustainable Brands

- Effective communication strategies
- Engaging customers with sustainability initiatives
- Leveraging digital marketing for sustainable brands

Section 4: Assessing and Measuring Sustainability

- Tools for sustainability assessment
- Metrics and KPIs for sustainable brands
- Practical exercise: Using assessment tools for brand evaluation

Section 5: Managing Customer Relationships Sustainably

- Building trust and loyalty through sustainability
- Engaging stakeholders in sustainability efforts
- Customer relationship management for sustainable brands

Section 6: Sustainable Brand Management in Practice

- Implementing sustainable brand strategies
- Overcoming challenges and barriers
- Case studies on sustainable brand management practices

تفاصيل الشهادة

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

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

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

خدمة العملاء والعلاقات العامة, الإعلام والتسويق, المبيعات والتسويق

مقالات ذات صلة



?What Is Corporate Brand Identity and Why Does It Matter

Explore corporate identity and branding from core values to visual design. Learn why it’s key .for trust, talent attraction, and business differentiation