HOLISTIQUE TRAINING

Certified Brand Reputation Manager



مدير شهرة العلامة المعتمد

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: IND11-114

هدف الكورس

عند إتمام هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم مبادئ إدارة سمعة العلامة التجارية وأهميتها لنجاح الأعمال.
- تعلم تطوير وتنفيذ استراتيجيات لبناء وحماية صورة إيجابية للعلامة التجارية.
- اكتساب مهارات في مراقبة مشاعر العلامة التجارية وإدارة التغذية الراجعة عبر الإنترنت وخارجه.
- إتقان التواصل في الأزمات وتعلم كيفية إدارة التهديدات المحتملة لسمعة العلامة التجارية.
- تطوير القدرة على مواءمة استراتيجيات سمعة العلامة التجارية مع الأهداف العامة للأعمال.
- تعلم كيفية قياس وتحليل فعالية جهود إدارة سمعة العلامة التجارية.

الجمهور

هذه الدورة مثالية لـ:

- **مديري العلامات التجارية والمتخصصين في التسويق** : الأفراد المسؤولون عن إدارة تصور العلامة التجارية، والاتصالات التسويقية، والعلاقات العامة.
- **أخصائيي العلاقات العامة والاتصالات** : المحترفون الذين يتعاملون مع العلاقات الإعلامية، وإدارة الأزمات، والتواصل مع أصحاب المصلحة.
- **أصحاب الأعمال ورواد الأعمال** : الأفراد الذين يسعون لبناء وحماية سمعة علامتهم الشخصية أو التجارية.
- **مديري وسائل التواصل الاجتماعي** : المسؤولون عن مراقبة والاستجابة لتعليقات وسائل التواصل الاجتماعي والمحادثات المتعلقة بالعلامة التجارية عبر الإنترنت.
- **قادة الاتصالات المؤسسية** : المحترفون الكبار الذين يديرون سمعة المنظمة والاتصالات الداخلية والخارجية.
- **مديري تجربة العملاء** : المحترفون الذين يركزون على ضمان إدارة ملاحظات العملاء بفعالية لتعزيز سمعة العلامة التجارية.

منهجية التدريب

يجمع هذا البرنامج بين النظرية والتطبيق العملي لضمان فهم شامل للمشاركين في إدارة سمعة العلامة التجارية. تشمل المنهجيات ما يلي:

- **عروض تقديمية بقيادة المدرب** : سيقدم المدربون الخبراء عروضاً حول أساسيات إدارة سمعة العلامة التجارية، بما في ذلك التواصل في الأزمات والتفاعل مع أصحاب المصلحة.
- **ورش عمل ومناقشات جماعية** : سيشارك المشاركون في مناقشات جماعية لاستكشاف التحديات والحلول الواقعية في إدارة سمعة العلامة التجارية.
- **تحليل دراسات الحالة** : سيتم تحليل أمثلة حقيقية لجهود إدارة سمعة العلامة التجارية الناجحة والفاشلة، مما يتيح للمشاركين تطبيق الدروس المستفادة على سياقاتهم الخاصة.
- **تمارين عملية** : سيقوم المشاركون بتطوير خطط لإدارة سمعة العلامة التجارية، وإنشاء استراتيجيات للتواصل في الأزمات، واستخدام أدوات الاستماع الاجتماعي.
- **تمثيل الأدوار والمحاكاة** : من خلال سيناريوهات تمثيل الأدوار، سيختبر المشاركون الأزمات ويمارسون إدارة مخاطر السمعة في الوقت الفعلي.
- **التغذية الراجعة ومراجعات الأقران** : سيقدم المشاركون ويتلقون تغذية راجعة حول استراتيجياتهم ونهجهم، مما يعزز التعلم التعاوني.

الملخص

تُعد سمعة العلامة التجارية من أهم الأصول لأي منظمة. فهي تؤثر على تصور العملاء وثقتهم وولائهم، ويمكن أن تؤثر بشكل كبير على نجاح الأعمال. تم تصميم دورة مدير سمعة العلامة التجارية المعتمد لتزويد المهنيين بالمهارات والمعرفة اللازمة لبناء وحماية وإدارة سمعة العلامة التجارية للمنظمة في بيئة الأعمال المعقدة والديناميكية اليوم. تغطي هذه الدورة المكونات الأساسية لإدارة العلامة التجارية، بما في ذلك بناء السمعة، إدارة الأزمات، تفاعل أصحاب المصلحة، مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي، واستراتيجيات العلاقات العامة الاستباقية.

أصبح الحفاظ على سمعة إيجابية للعلامة التجارية أكثر تحديًا مع تطور المنصات الرقمية، حيث يؤثر ردود الفعل العملاء واتجاهات وسائل التواصل الاجتماعي على التصور العام في الوقت الفعلي. تعلم هذه الدورة المشاركين كيفية مراقبة وإدارة المحادثات المتعلقة بالعلامة التجارية عبر الإنترنت وخارجها، والاستجابة للأزمات المحتملة، وضمان اتساق العلامة التجارية عبر جميع المنصات. سيتعلم المشاركون أيضًا كيفية مواءمة استراتيجيات إدارة سمعة العلامة التجارية مع الأهداف التجارية الأوسع، لضمان استدامة العلامة التجارية وثقتها على المدى الطويل.

بنهاية هذه الدورة، سيكون لدى المشاركين فهم عميق لمبادئ إدارة سمعة العلامة التجارية، بدءًا من تحديد مخاطر السمعة إلى صياغة استراتيجيات الاتصال التي تعزز قيم العلامة التجارية. سواء كان التعامل مع مراجعات العملاء أو التغطية الإعلامية أو اتصالات أصحاب المصلحة الداخليين، سيكون المشاركون مجهزين بشكل جيد لحماية وتعزيز سمعة منظمتهم في السوق.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Introduction to Brand Reputation Management

- Definition and Importance of Brand Reputation
- The Role of Brand Reputation in Business Success
- Brand Perception vs. Brand Reality

Section 2: Building and Maintaining a Positive Brand Image

- Developing Brand Values and Identity
- Ensuring Brand Consistency Across All Channels
- Proactive Public Relations and Media Engagement

Section 3: Monitoring and Measuring Brand Sentiment

- Social Listening Tools and Techniques
- Analysing Customer Feedback and Online Conversations

- Key Metrics for Tracking Brand Reputation

Section 4: Crisis Management and Brand Protection

- Identifying Potential Reputation Risks and Crises
- Creating a Crisis Management Plan
- Effective Communication During a Brand Crisis
- Post-Crisis Recovery and Reputation Rebuilding

Section 5: Stakeholder Engagement and Communication

- Engaging Internal and External Stakeholders in Brand Reputation Efforts
- Aligning Brand Messaging with Customer Expectations
- Building Trust through Transparent and Authentic Communication

Section 6: Digital Reputation Management

- The Role of Social Media in Shaping Brand Reputation
- Managing Online Reviews and Public Feedback
- Addressing Negative Comments and Responding to Crises in Real-Time

Section 7: Brand Reputation and Corporate Social Responsibility (CSR)

- The Impact of CSR on Brand Perception
- Integrating CSR Efforts into Brand Reputation Strategies
- Case Studies of Successful CSR and Brand Alignment

Section 8: Measuring and Analysing Brand Reputation Success

- Tools and Methods for Measuring Brand Health
- Analysing Brand Reputation ROI
- Continuous Improvement of Brand Reputation 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 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

خدمة العملاء والعلاقات العامة, الإعلام 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.