

كُتَيْب الدُورَة

استراتيجية التسويق وتخطيط الحملات

Professional Training Course

Skillslab Training Provider

Skills for Tomorrow's World 



وصف الدورة

المقدمة

أو مبادرات تسويقية منفصلة. بل لم تعد المؤسسات قادرة على الاعتماد على أنشطة في بيئة تنافسية سريعة التغير، وفهم عميق للجمهور، وتنسيق فعال لقنوات تحتاج إلى استراتيجية تسويقية واضحة، وتخطيط منظم ترويجية متفرقة تقدم للحملات،

يساعد المشاركين على تطوير دورة استراتيجية التسويق وتخطيط الحملات إطارا التواصل، وقياس دقيق للأثر والنتائج. التأثير تتوافق مع أولويات المؤسسة وتوقعات أصحاب استراتيجيات تسويقية فعالة وبناء حملات عالية مهنية متكاملة توفر الدورة منهجية عملية للانتقال من المصلحة وأهداف العلامة المؤسسية والفرص المتاحة في

ذات الحملات وتنفيذها وقياس نتائجها وتحسينها بصورة تحليل السوق وتحديد المكانة التنافسية إلى تصميم السوق.

وتنسيق الأولوية، وصياغة عروض قيمة مقنعة، واختيار قنوات مستمرة. ويتعلم المشاركون كيفية تحديد الجماهير الجهات الحكومية أنشطة الحملات، وقياس الأداء باستخدام مؤشرات ذات التسويق المناسبة، وتخصيص الموارد بكفاءة، وبالنسبة إلى

إلى توفر هذه الدورة قيمة استراتيجية على مستوى والوزارات ومؤسسات القطاع العام والشركات الكبرى، معنى.

مع أصحاب المصلحة، وترفع مبادرات منظمة تستند إلى الأدلة، وتعزز مكانة القيادات، من خلال تحويل الأنشطة التسويقية بنهاية هذه كفاءة الإنفاق التسويقي، وتحقيق نتائج قابلة المؤسسة، وتحسن التواصل

أهداف الدورة

فهم الدور الاستراتيجي للتسويق الدورة، سيكون المشاركون قادرين للقياس.

إجراء على:

- تحويل الأولويات المؤسسية تحليل منظم للسوق والجمهور والمنافسين والبيئة في تحقيق الأهداف المؤسسية.
- تحديد الجماهير المستهدفة إلى استراتيجيات تسويقية المحيطة.
- بناء استراتيجيات قوية لتحديد وتطوير ملفات تعريفية دقيقة واضحة.
- صياغة عروض قيمة لها.
- تطوير خطط متكاملة المكانة التنافسية.
- تحديد أولويات واضحة ومقنعة.

- اختيار قنوات التسويق الحملات ورسائلها وقنواتها وجداولها للحملات التسويقية.
- تنسيق الزمنية.
- إعداد ميزانيات واقعية الحملات عبر القنوات الرقمية والتواصل الأكثر فاعلية.
- قياس فاعلية والتقليدية.
- تحسين الحملات بناءً على الحملات باستخدام مؤشرات أداء وتوزيع الموارد بكفاءة.
- عرض مناسبة.
- محتوى الخطط التسويقية الاستراتيجية على القيادات وأصحاب البيانات والملاحظات والنتائج.

فهم دور الدورة اليوم الأول: أسس التسويق المصلحة.

- ربط استراتيجية التسويق التسويق الاستراتيجي في المؤسسات الاستراتيجية وتحليل السوق
- التمييز الحديثة.
- تحليل اتجاهات السوق بين التسويق الاستراتيجي والأنشطة الترويجية برؤية المؤسسة وأولوياتها.
- إجراء التنفيذ.
- تقييم المنافسين التحليل الداخلي والخارجي للبيئة وتغير توقعات الجمهور.
- تحديد التسويقية.
- فهم نقاط القوة المؤسسية الفرص والتهديدات والتوجهات والبدايل المتاحة في السوق.
- استخدام الناشئة.
- تحديد أبرز التحديات معلومات السوق في دعم القرارات والقدرات التنافسية.
- تطبيق عملي الاستراتيجية.
- اليوم الثاني: تقسيم لإعداد تحليل متكامل للوضع والفرص التسويقية.

فهم الأسواق المستهدفة وفئات الجمهور وتحديد المكانة وصياغة عرض التسويقي.

- تقسيم الجمهور القيمة
- تحديد احتياجات الجمهور باستخدام معايير استراتيجية أصحاب المصلحة.
- تطوير مناسبة.
- ترتيب شرائح السوق وفئات ملفات تعريفية عملية للفئات ودوافعه وسلوكياته وتوقعاته.
- فهم مفهوم المستهدفة.
- تطوير عروض قيمة واضحة المكانة التنافسية والتمييز في الجمهور حسب الأولوية.
- موازنة الرسائل التسويقية السوق.

- إعداد إطار ومقنعة.
- ضمان مع احتياجات الجمهور.
- ورشة عمل لتطوير ملفات الاتساق بين هوية المؤسسة واتصالها متكامل للرسائل الرئيسية.
- اليوم الثالث: تخطيط الجمهور وعبارات المكانة وعروض بالسوق.

تحويل استراتيجية التسويق الحملات التسويقية واستراتيجية القنوات القيمة.

- فهم المتكاملة
- تحديد إلى أهداف وأولويات للحملات.
- تطوير أفكار متكاملة نطاق الحملة وجمهورها ورسائلها ونتائجها مراحل عملية تخطيط الحملات.
- اختيار المزيج المتوقعة.
- تنسيق الأنشطة الرقمية المناسب من قنوات التسويق للحملات التسويقية.
- تخطيط المحتوى عبر والتواصل.
- إعداد والتقليدية.
- إدارة الفرق الداخلية تقاويم الحملات والجداول الزمنية المراحل المختلفة للحملة.
- مواءمة للتنفيذ.
- تحديد مخاطر الحملات أنشطة الحملة مع معايير الهوية والشركاء والجهات الخارجية.
- ورشة عمل لإعداد المؤسسية.
- اليوم وتحديات التنفيذ.

تحويل خطط الحملات إلى أنشطة الرابع: تنفيذ الحملات وإدارة الميزانية وقياس خطة متكاملة لحملة تسويقية.

- تحديد الأدوار الأداء
- إعداد تنفيذية مترابطة.
- توزيع والمسؤوليات وآليات المساءلة.
- الموازنة بين الوصول الموارد بين القنوات والأنشطة ميزانيات واقعية للحملات.
- إدارة الجداول الزمنية والتفاعل والاستجابة المختلفة.
- متابعة جودة والتكلفة.
- وضع والترابطات التشغيلية.
- قياس التنفيذ والالتزام بالخطة.
- تقييم كفاءة الإنفاق الوصول والتفاعل والاستجابة مؤشرات لقياس الأداء التسويقي.

- إعداد لوحات متابعة والعائد من الأنشطة والتحويل.
- تطبيق عملي التسويقية.
- اليوم الخامس: تحسين لإعداد ميزانية وإطار متكامل لقياس أداء وتقارير لقياس الأداء.
- مراجعة نتائج الحملات في الحملات وتنفيذ الاستراتيجية الحملة.
- تحليل التسويقية
- تحديد الأنشطة عالية البيانات التسويقية وملاحظات ضوء الأولويات الاستراتيجية.
- تحسين الرسائل والقنوات الأداء والأنشطة التي تحتاج إلى الجمهور.
- تطبيق تحسين.
- إدارة التعديلات التحسين المستمر على الحملات والتوقيت وتوزيع الموارد.
- توثيق التسويقية.
- إعداد تقارير تقييم ما الدروس المستفادة للاستفادة منها في الحملات والتغيرات أثناء التنفيذ.
- عرض النتائج التسويقية المستقبلية.
- دمج نتائج بعد الحملة.
- إعداد خارطة طريق عملية الحملات في الاستراتيجية التسويقية على الإدارة العليا.
- ورشة المستقبلية.
- الفئة ختامية لتقديم خطة متكاملة لحملة تسويقية لتنفيذ الاستراتيجية والحملات.

تم تصميم هذه الدورة للمهنيين استراتيجية.

والتواصل وإشراك أصحاب المصلحة والنمو المسؤولين عن استراتيجية التسويق والحملات والهوية المستهدفة

مديرو ومتخصصو المؤسسية

- متخصصو التسويق المؤسسي، ومنهم:
 - مديرو ومنسقو التسويق.
 - مديرو العلامة الاستراتيجية.
 - متخصصو الاتصال الحملات.
 - متخصصو الاتصال المؤسسية.
 - متخصصو العلاقات المؤسسي.
 - متخصصو التسويق الحكومي.
 - مديرو تطوير العامة.

- فرق التواصل مع المتعاملين الرقمي.
- مديرو المنتجات الأعمال.
- متخصصو بحوث وأصحاب المصلحة.
- متخصصو الاستراتيجية والخدمات.
- رؤساء الإدارات والقيادات السوق.
- متطلبات المسؤولية عن الأداء والتخطيط.

لا تتطلب الدورة خلفية تقنية متقدمة، التسويقي.

حالية تسويقية قائمة أو خطط حملات أو تحديات متعلقة ويُفضل أن يحضر المشاركون أمثلة من استراتيجيات الدورة وتساعد المعرفة الأساسية بالجمهور أو تقارير أداء أو أولويات تسويقية منهجية الاستراتيجية المؤسسية على تعزيز الاستفادة من بالتسويق أو الاتصال أو إشراك المتعاملين أو من مؤسساتهم. تعتمد الدورة على منهجية تفاعلية التمارين وورش العمل التطبيقية.

وتشمل وتطبيقية تربط المفاهيم الاستراتيجية للتسويق التدريب

عروضاً مهنية بالتنفيذ الواقعي داخل المؤسسات.

- أمثلة واقعية منهجية التدريب:
- تمارين ومناقشات استراتيجية.
- ورش عمل لحملات ومبادرات تسويقية.
- تطوير المكانة لتحليل السوق والمنافسين.
- محاكاة لتقسيم الجمهور.
- تمارين التنافسية وعروض القيمة.
- أنشطة عملية لتخطيط الحملات.
- تطبيقات عملية لقياس لإعداد الميزانيات وتوزيع لاختيار القنوات المناسبة.
- دراسات حالة الموارد.
- أنشطة جماعية لحل الأداء.
- إعداد خطط تنفيذية وعروض واقعية.
- يطبق المشاركون مفاهيم المشكلات.

أدوات عملية وأطر تخطيط ومنهجيات تنفيذ يمكن الدورة على مواقف تسويقية واقعية، بما يضمن اكتساب تقديمية. مخرجات

عند إتمام الدورة بنجاح، سيكون استخدامها مباشرة داخل مؤسساتهم.

تطوير خطط التعلم

- إجراء تحليل منظم تسويقية متوافقة مع الأهداف المشاركون قادرين على:
- تحديد الفرص الاستراتيجية.
- تحديد الجماهير المستهدفة والتحديات التسويقية ذات للسوق والجمهور.
- تطوير الأولوية.
- صياغة عروض قيمة ورسائل استراتيجيات فعالة للمكانة وترتيبها حسب الأهمية.
- بناء خطط متكاملة التنافسية.
- اختيار القنوات تسويقية مؤثرة.
- إعداد الجداول الزمنية المناسبة لمختلف أهداف للحملات التسويقية.
- تنسيق الحملات.
- وضع مؤشرات مناسبة لقياس الأنشطة التسويقية بين الفرق والقنوات والميزانيات وخطط الموارد.
- تقييم فاعلية المختلفة.
- تحسين الحملات استناداً الحملات وكفاءة الاستثمار الأداء التسويقي.
- إعداد خرائط طريق عملية إلى البيانات وملاحظات التسويقي.
- تقديم الجمهور.
- ملف الاستراتيجيات والنتائج التسويقية إلى القيادات للتنفيذ التسويقي.

يقدم الدورة خبير معتمد دولياً يتمتع وأصحاب المصلحة.

يمتلك المدرب المدرب

وتحديد المكانة التنافسية، وتحليل خبرة متقدمة في التسويق الاستراتيجي، وتخطيط بخبرة عملية واستشارية واسعة. الأداء، وتطوير القدرات التسويقية المؤسسية. ويجمع الجمهور، والاتصال التسويقي المتكامل، وقياس الحملات، ومؤسسات القطاع العملية والتطبيقات الواقعية ومنهجيات التنفيذ أسلوب التدريب بين الرؤية الاستراتيجية والأدوات المناسبة للجهات الحكومية والوزارات

العام والشركات الكبرى والقيادات التنفيذية.

تواصل معنا

الأسعار الجماعية، يُرجى التواصل معنا: للاستفسار عن التسجيل أو المواعيد القادمة أو

الموقع الإلكتروني www.skillslab-training.com

البريد الإلكتروني info@skillslab-training.com

واتساب +966 559 653 447

Generated by Skillslab Training

info@skillslab-training.com | واتساب: +966 559 653 447

www.skillslab-training.com