

بناء الهوية المؤسسية وتعزيز العلامة التجارية

8 - 12 مارس 2027

بوسطن (امريكا)

UK Traininig

PARTNER



بناء الهوية المؤسسية وتعزيز العلامة التجارية

المرجع: 176980_3254764 التاريخ: 8 - 12 مارس 2027 المكان: بوسطن (امريكا) الرسوم: GBP 5900

مقدمة

في عالم الأعمال الحديث والمليء بالتنافس، لم يعد تقديم منتج أو خدمة مميزة كافياً لتحقيق النجاح. ما يميز الشركات الرائدة اليوم هو امتلاكها لهوية مؤسسية قوية تجسّد قيمها، وتعكس رؤيتها ورسالتها، وتعزز صورتها الذهنية لدى الجمهور.

ولكن، ما هي الهوية المؤسسية؟ وما هو تعريف الهوية المؤسسية؟ وكيف تختلف عن العلامة التجارية المؤسسية؟

تم تصميم هذه الدورة التدريبية لتزويد المشاركين بالمعرفة العميقة والمهارات العملية التي تمكنهم من بناء هوية مؤسسية متماسكة وتطوير استراتيجيات فعالة في مجال العلامة التجارية المؤسسية، وذلك عبر التركيز على فهم شامل لمفاهيم مثل معنى الهوية المؤسسية، ومفهوم العلامة التجارية المؤسسية، وعملية بناء الهوية، إضافة إلى تقديم خدمات متكاملة في بناء الهوية المؤسسية.

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم مفهوم العلامة التجارية المؤسسية، والتمييز بينها وبين الهوية المؤسسية.
- تعريف الهوية المؤسسية وتوضيح دورها في النجاح والاستدامة.
- تصميم هوية مؤسسية متكاملة تعكس القيم الأساسية للمؤسسة.
- بناء استراتيجية شاملة للعلامة التجارية المؤسسية بما يواكب متغيرات السوق.
- التعرف على عملية بناء العلامة المؤسسية من الفكرة إلى التطبيق.
- فهم فوائد بناء العلامة التجارية المؤسسية، ودورها في ترسيخ الولاء وزيادة الوعي.
- تطبيق حلول فعالة في مجال بناء الهوية المؤسسية باستخدام أفضل الممارسات.
- التعاون مع أخصائيين في العلامة التجارية المؤسسية لاكتساب خبرات ميدانية حقيقية.

UK Training

PARTNER



محاور الدورة

اليوم الأول: مدخل إلى الهوية المؤسسية والعلامة التجارية المؤسسية

- ما هي الهوية المؤسسية؟ وما الفرق بينها وبين الصورة الذهنية والعلامة التجارية؟
- أثر الهوية المؤسسية القوية على انطباعات العملاء.
- دراسات حالة لعلامات تجارية نجحت وأخرى فشلت بسبب هويتها.
- شرح متكامل لـ عملية بناء العلامة المؤسسية خطوة بخطوة.

اليوم الثاني: عناصر الهوية المؤسسية والهوية البصرية

- تصميم الهوية البصرية: الشعارات، الألوان، الخطوط، والأنماط.
- موازنة الرسالة والرؤية مع القيم المؤسسية.
- أسلوب التواصل مع الجمهور: النبرة والصوت المؤسسي.
- استعراض خدمات بناء العلامة المؤسسية الناجحة في السوق.

اليوم الثالث: تطوير استراتيجية العلامة المؤسسية

- بناء شخصية للعلامة تتوافق مع ثقافة المؤسسة وجمهورها.
- تحليل السوق والجمهور المستهدف لضمان ملائمة الهوية.
- استخدام تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات.
- تنفيذ حلول استراتيجية في بناء العلامة المؤسسية تعزز من تموضع المؤسسة.

اليوم الرابع: تطبيق الهوية المؤسسية في التسويق والتواصل

- دمج الهوية المؤسسية في الحملات الإعلانية والترويجية.
- استثمار المنصات الرقمية في تعزيز الحضور المؤسسي.
- ضمان الاتساق في الهوية بين جميع قنوات الاتصال.
- بناء الثقة والولاء عبر تقديم خدمة احترافية في العلامة المؤسسية.

UK Training

PARTNER



اليوم الخامس: استدامة الهوية المؤسسية وتطوير العلامة

- المحافظة على الهوية المؤسسية على المدى الطويل.
- متى ولماذا تحتاج المؤسسة إلى إعادة بناء هويتها؟
- قياس أثر الهوية على ولاء العملاء وسمعة المؤسسة.
- استراتيجيات التكيف مع التغيرات دون فقدان جوهر الهوية المؤسسية.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الايجابيات والسلبيات!

- نهو مهني حقيقي: تعتبر هذه الدورة أساسية لأي شخص يرغب في التميز في مجالات التسويق، والتخطيط الاستراتيجي، وبناء الهوية المؤسسية.
- تطبيق عملي مباشر: تحتوي الدورة على أدوات وأساليب قابلة للتطبيق الفوري في بيئة العمل.
 - استدامة في العلامة التجارية: فهم كيف يمكن للعلامة أن تتطور وتتكيف مع السوق دون أن تفقد هويتها.
 - تعزيز الوعي والولاء: اكتساب استراتيجيات ناجحة في كسب ثقة العملاء من خلال خدمات بناء الهوية المؤسسية.

الخاتمة

- إن بناء هوية مؤسسية قوية لم يعد خيارًا ثانويًا، بل هو ضرورة استراتيجية تمكن الشركات من ترسيخ مكانتها في السوق.
- من خلال هذه الدورة، ستتعرف على مفهوم العلامة التجارية المؤسسية، ومراحل تطويرها، وفوائدها في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء. ستحصل على دليل شامل لبناء علامة لا تُنسى، وتتمتع بالمرونة والاستدامة.
- إذا كنت تسعى إلى بناء هوية مؤسسية متكاملة، أو تحسين تواجد علامتك في السوق، أو تحقيق نمو حقيقي لمؤسستك، فإن هذه الدورة هي الخطوة الأولى نحو التميز.

UK Traininig

PARTNER

