

قيادة السوق واستراتيجيات التسويق ورش عمل تفاعلية

UK Traininig

PARTNER

قيادة السوق واستراتيجيات التسويق ورش عمل تفاعلية

مقدمة

تطوير خطط واستراتيجيات التسويق في بيئة العمل السريعة اليوم أصبح أكثر تحدياً من أي وقت مضى. مع تزايد الخيارات من الأجهزة التفاعلية، المنصات، والقنوات (smartphones و tablets) إلى الشبكات الاجتماعية ومحرركات البحث يجب على المنظمات الابتكار بسرعة للحفاظ على الريادة في السوق. للنجاح في هذا المشهد التنافسي، فإن تعزيز ثقافة القيادة التسويقية يعد أمراً أساسياً.

ومع ذلك، فإن بناء قيادة تسويقية فعالة ليس بالأمر السهل. يتطلب ذلك فهماً دقيقاً للمفاهيم الأساسية في التسويق، واستخدام الأدوات بشكل ملائم، وتنفيذ أفضل الممارسات التي تعتمدها الشركات الرائدة في السوق. تم تصميم هذه الدورة بعناية لتزويد المشاركين بفهم عميق لهذه العناصر الأساسية. من خلال التعرف في المبادئ الأساسية للتسويق، والأدوات، والاستراتيجيات المجرية للرواد في الصناعة، سيكتسب المشاركون الرؤى والمهارات اللازمة ليس فقط للبقاء ولكن للازدهار في بيئة العمل سريعة التغير اليوم.

أهداف الدورة

- تفاعل مع المستهلكين عبر وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الوعي بالعلامة التجارية: تعلم كيفية الاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي لتعزيز وجودك في السوق.
- تقييم اتجاهات السوق وتوصية بتغييرات في استراتيجيات السوق: فهم ديناميكيات استراتيجيات تطوير السوق والتكيف بفعالية.
- التواصل مع الجماهير المستهدفة وإدارة علاقات العملاء: بناء علاقات قوية مع العملاء من خلال تقنيات التواصل الفعالة.
- دمج أفضل الممارسات للرواد في السوق: التعلم من الاستراتيجيات التي تعتمدها المنظمات العليا للحفاظ على ميزتها التنافسية.
- توسيع وتطوير منصات التسويق: تحديد فرص جديدة للنمو عبر منصات متعددة.
- التقارير حول العائد على الاستثمار ومؤشرات الأداء الرئيسية: فهم كيفية قياس النجاح والإبلاغ عنه بفعالية للمساهمين.
- التطبيقات العملية
- فرص التواصل: بناء علاقات مع زملاء الصناعة والخبراء.
- خبراء الصناعة: التعلم من المحترفين ذوي الخبرة في مجال التسويق.

محاور الدورة

اليوم الأول: مبادئ التواصل التسويقي وأفضل الممارسات

- متابعة تطورات تكنولوجيا التواصل والابتكار
- قوة التواصل غير اللفظي في عملية التسويق
- استراتيجيات التسويق لمختلف أنواع العملاء
- مهارات الاستماع النشط والتساؤل لتعزيز التواصل الفعال
- تقنيات إعطاء واستقبال الملاحظات البناءة

اليوم الثاني: بناء مكانتك كقائد في السوق

- تطوير أهداف تسويقية استراتيجية مع أهداف SMART
- تحديد السوق المستهدفة باستخدام تحليل SWOT
- تحديد واستهداف العملاء المحتملين من خلال أبحاث السوق
- مقارنة منتجات وأسعار وتكتيكات التسويق لمنافسيك
- تنفيذ عناصر مزيج التسويق
- إدارة علاقات العملاء: خلق تجربة عميل مثالية

UK Training
PARTNER

اليوم الثالث: العناصر الرئيسية للاستراتيجية تسويق ناجحة

- هزايا وعيوب القادة في السوق
- دراسة حالة: إيستمان كوداك - من الريادة إلى الإفلاس
- المراحل الأربع لدورة حياة المنتج
- إدارة دورة حياة العميل: كيفية زيادة قيمة العميل وحي الحياة
- الاستفادة من خدمة العملاء لزيادة المبيعات وولاء العلامة التجارية
- تطوير خطة تسويقية متكاملة باستخدام نموذج SOSTAC

اليوم الرابع: استخدام التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة حصة السوق

- هزايا وعيوب التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- إنشاء استراتيجية تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- استكشاف منصات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- إدارة سمعة العلامة التجارية على الإنترنت
- كيفية قياس فعالية وسائل التواصل الاجتماعي
- أفضل الممارسات في وسائل التواصل الاجتماعي

اليوم الخامس: الأدوار والمسؤوليات للقادة الناجحين في السوق

- بناء الفرق وتمكين الموظفين
- فن التفويض والاستعانة بمصادر خارجية
- قيادة إدارة التغيير التنظيمي
- بناء ثقافة تنظيمية لقائد السوق
- تأسيس أراضى المبيعات وأهداف KPI
- تطوير خطة عمل لقائد السوق

اليوم السادس: التسويق القائم على البيانات والتحليلات

- أهمية البيانات في التسويق
- تحليل البيانات من أجل اتخاذ القرارات
- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs في التسويق
- استخدام أدوات تحليل التسويق
- تفسير وتطبيق البيانات التسويقية

اليوم السابع: استراتيجيات التسويق العالمية

- توسيع الأسواق دولياً
- الاعتبارات الثقافية في التسويق العالمي
- تعديل استراتيجيات التسويق وفقاً للمناطق المختلفة
- مزيج التسويق الدولي
- إدارة العلامة التجارية والاتصالات العالمية

اليوم الثامن: التسويق عبر المؤثرين والشراكات

- فهم التسويق عبر المؤثرين
- تحديد الشركاء المؤثرين والتعاون معهم
- إنشاء حملات تسويق فعالة عبر المؤثرين
- قياس تأثير التسويق عبر المؤثرين

UK Training
PARTNER

بناء شركات طويلة الأمد

اليوم التاسع: إدارة العلامة التجارية والسمعة

- أهمية إدارة العلامة التجارية
- بناء والحفاظ على هوية علامة تجارية قوية
- إدارة النزاهات وإصلاح السمعة
- العلامة التجارية في العصر الرقمي
- قياس وتعزيز قيمة العلامة التجارية

اليوم العاشر: الاتجاهات المستقبلية في التسويق

- التقنيات الناشئة في التسويق
- مهارات التسويق المستدامة والأخلاقية
- سلوك المستهلك في العصر الرقمي
- التسويق التنبؤي والذكاء الاصطناعي
- التكيف مع توقعات المستهلك المتطورة

الخاتمة

توفر دورة تدريب القيادة التسويقية هذم للمشاركين المهارات والروى الحاسمة اللازمة لقيادة تسويقية فعالة. من خلال استكشاف أنواع استراتيجيات التسويق وفهم أهميتها، سيكون المشاركون مؤهلين لتولي أدوار القيادة التسويقية في مؤسساتهم. عند الانتهاء، سيتم تجهيز المشاركين لتطبيق استراتيجيات تسويق إبداعية، مما يساهم في الحفاظ على الريادة في السوق ونجاح المنظمة.

UK Training
PARTNER



Blackbird Training Clients



UK Training
PARTNER

البرامج التدريبية

إدارة المشافي
القطاع العام
ورشات عمل خاصة
النفط والغاز
هندسة الاتصالات
تكنولوجيا المعلومات
الصحة والسلاحة
القانون وإدارة العقود
الجهارك و السلاحة
الطيران والصلاح الجوية
الإدارة العليا

البرامج التقنية لبرامج الإدارة

المهارات الاحترافية
الهالية والحاسبة والهيرانية
الإعلام والعلاقات العامة
إدارة المشاريع
الهوراد البشرية
تدقيق الحسابات وضمان الجودة
التسويق والمبيعات وخدمة العملاء
السكرتارية وإدارة المكاتب
سلسلة التوريد والخدمات اللوجستية
الإدارة والقيادة
الرشاقة والارتقاء



BLACKBIRD
FOR TRAINING



International House 185 Tower Bridge
Road London SE1 2UF United Kingdom



+44 7401 1773 35
+44 7480 775526



Sales@blackbird-training.com



www.blackbird-training.com

UK Training

PARTNER

