BLACKBIRD FOR TRAINING

أساسيات التسويق في القطاع الصحي

1 – 5 مارس 2027

براغ (التشيك)

أساسيات التسويق في القطاع الصحي

المرجع: 343967_3255523 **التاريخ:** 1 – 5 مارس 2027 **المكان:** براغ (التشيك) **الرسوم:** GBP 5200

مقدمة

تشهد أنظمة الرعاية الصحية اليوم تنافسًا متزايدًا، إلى جانب ارتفاع توقعات المرضى وتسارع التحول الرقمي. لم يعد التسويق في القطاع الصحي خيارًا إضافيًا، بل أصبح عنصرًا أساسيًا لبناء الثقة، وتعزيز تفاعل المرضى، وضمان استدامة النمو للمؤسسات الصحية.

تم تصميم دورة أساسيات التسويق في القطاع الصحي خصيصًا للمهنيين الذين يمتلكون خبرة محدودة أو في بداياتهم في مجال التسويق، ويعملون داخل بيئات الرعاية الصحية. تقدم الدورة مدخلاً واضحًا وعمليًا ومنظمًا لمفاهيم التسويق، مع التركيز على احتياجات العيادات والمستشفيات والخدمات الصحية.

سواء كنت تعمل في عيادة خاصة، أو في الإدارة الصحية، أو ضمن الخدمات الطبية أو الوحدات الداعمة، تمنحك هذه الدورة المهارات الأساسية للتواصل الفعّال والأخلاقي، وجذب المرضى بشكل مسؤول، وتعزيز الحضور المؤسسي في السوق.

أهداف الدورة

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم المبادئ الأساسية للتسويق في القطاع الصحي.
- التمييز بين التسويق الصحي والتسويق التجاري التقليدي.
- بناء معرفة تسويقية مناسبة للمبتدئين أو أصحاب الخبرة المحدودة.
- تطبيق ممارسات تسويقية أخلاقية تركز على المريض.
- إعداد خطط تسويق بسيطة وفعالة للخدمات الصحية.
- تحسين التواصل مع المرضى وتعزيز الثقة والتفاعل.
- استخدام أدوات التسويق الرقمية والتقليدية بشكل مناسب.
- المساهمة بفاعلية في أنشطة التسويق داخل المؤسسات الصحية.

محاور الدورة

اليوم الأول: مدخل إلى التسويق الصحي

- نظرة عامة على مفاهيم التسويق في الرعاية الصحية.
- دور التسويق في العيادات الخاصة والمؤسسات الصحية.
- الفروق الأساسية بين التسويق الصحي والتسويق العام.
- فهم المرضى كمتلقين للخدمة مع الحفاظ على المعايير الأخلاقية.
- المصطلحات الأساسية والمبادئ العامة للتسويق الصحي.
- مناقشة حالة: تحديات التسويق في العيادات الخاصة.

اليوم الثاني: التسويق المرتكز على المريض والتواصل

- فهم احتياجات المرضى وتوقعاتهم وسلوكهم.
- بناء الثقة والمصداقية في التواصل الصحي.
- أساسيات بناء العلامة المؤسسية لمقدمي الرعاية الصحية.
- تقديم الخدمات الطبية بطريقة واضحة ومسؤولة.
- إدارة تجربة المريض كأداة تسويقية فعالة.
- تمرين عملي: رسم رحلة المريض.

اليوم الثالث: أساسيات التسويق الرقمي في القطاع الصحي

- مقدمة في التسويق الرقمي للخدمات الصحية.
- أساسيات المواقع الإلكترونية للعيادات والخدمات الطبية.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في القطاع الصحي.
- مبادئ المحتوى الصحي للتوعية والتفاعل.
- إدارة السمعة الرقمية وتقييمات المرضى.
- تمرين تطبيقي: تحديد القنوات الرقمية المناسبة لعيادة.

اليوم الرابع: التخطيط التسويقي والالتزام التنظيمي

- إعداد خطة تسويق مبسطة للخدمات الصحية.
- أساسيات إعداد الميزانيات لأنشطة التسويق.
- الاعتبارات القانونية والأخلاقية في التسويق الصحي.
- حماية البيانات وسرية معلومات المرضى.
- قياس الأداء التسويقي بشكل مبسط.
- ورشة عمل: إعداد خطة تسويق أولية لخدمة صحية.

اليوم الخامس: التطبيق العملي والمراجعة

- مراجعة شاملة لأهم مفاهيم التسويق الصحي.
- الأخطاء الشائعة في التسويق الصحي وطرق تجنبها.
- تطبيق الاستراتيجيات التسويقية في البيئات محدودة الموارد.
- تقييم نهائي ومناقشة تطبيقية.
- عرض فردي: تصور تسويقي مبسط لعيادة.
- ختام الدورة وتوجيهات للتطوير المهني.

لماذا يجب عليك حضور هذه الدورة؟ الإيجابيات والسلبيات

- مناسبة للمبتدئين وأصحاب الخبرة المحدودة في التسويق.
- تقديم مبسط وعملي لمفاهيم التسويق الصحي.
- تركيز واضح على الجوانب الأخلاقية والمتمحورة حول المريض.
- زيادة الثقة في التخطيط والتواصل حول الخدمات الصحية.
- أدوات عملية قابلة للتطبيق الفوري.
- بناء أساس قوي للتطور المهني في مجال التسويق الصحي.

الخاتمة

توفر دورة أساسيات التسويق في القطاع الصحي تجربة تعليمية منظمة وسهلة الوصول للمهنيين الراغبين في دخول هذا المجال. ومن خلال التركيز على الأخلاقيات، وتفاعل المرضى، والتطبيق العملي، يكتسب المشاركون القدرة على دعم أنشطة التسويق بثقة ومسؤولية.

يغادر المشاركون الدورة بأساس معرفي متين يمكن تطبيقه مباشرة في العيادات، والمستشفيات، والمؤسسات الصحية، مما يساهم في تحسين جودة التواصل وتعزيز الحضور المؤسسي بطريقة مهنية ومستدامة.