



ainfct

المؤسسة العربية للاستشارات والتدريب وتطوير الأداء
AINFCT | info@ainfct.com | www.ainfct.com

قيادة السوق واستراتيجيات التسويق

فكرة الدورة

تواجه المؤسسات اليوم أسواقًا سريعة التحوّل تتداخل فيها المنافسة الرقمية، وتغير سلوك العملاء، وتزايد الحاجة إلى قرارات تسويقية مبنية على البيانات والقيمة. لذلك لم تعد قيادة السوق ترتبط فقط بقوة العلامة التجارية أو حجم الانتشار، بل بقدرة المؤسسة على قراءة السوق، تحديد موقعها التنافسي، وتطوير استراتيجيات تسويقية تحقق النمو المستدام وتحافظ على ميزة واضحة أمام المنافسين.

يركز هذا البرنامج التدريبي من AINFCT على بناء فهم متقدم لقيادة السوق من خلال تحليل البيئة التسويقية، وصياغة التمركز الاستراتيجي، وإدارة محفظة العملاء والقنوات، وتطوير مبادرات تسويقية متكاملة. كما يساعد المشاركين على ربط الرؤية التسويقية بالأهداف التجارية، وتحويل التحليل إلى خطط عملية قابلة للقياس. وتمنح طبيعة البرنامج التطبيقية المشاركين قدرة أفضل على قيادة القرارات التسويقية بثقة ومهنية في بيئات تنافسية معقدة.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تحليل ديناميكيات السوق والاتجاهات المؤثرة.
- صياغة تمركز تسويقي تنافسي واضح.
- تطوير استراتيجيات نمو تسويقية متكاملة.
- قيادة قرارات تسويقية مبنية على البيانات.
- موازنة المبادرات التسويقية مع الأهداف التجارية.
- قياس فعالية الاستراتيجيات التسويقية.

منهجية الدورة

- عروض تفاعلية تربط المفاهيم التسويقية بالتطبيق الإداري.
- دراسات حالة حول قيادة السوق والتمركز التنافسي.
- تمارين تحليل سوق ومنافسين باستخدام أدوات عملية.
- مناقشات موجهة لتقييم البدائل التسويقية واتخاذ القرار.
- تطبيق ختامي لتصميم مبادرة تسويقية استراتيجية.

أثر الدورة على المنظمة

- يمكن تعزيز قيادة السوق والنمو التسويقي من خلال:
- تعزيز القدرة على اختبار الأسواق ذات الأولوية.
 - رفع كفاءة القرارات التسويقية الاستراتيجية.
 - تحسين اتساق العلامة التجارية والقنوات.
 - دعم النمو المستدام في الأسواق التنافسية.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- تطوير منظور استراتيجي لإدارة التسويق.
- تعزيز مهارات تحليل المنافسة والعملاء.
- تحسين القدرة على تصميم خطط نمو.
- إتقان متابعة مؤشرات الأداء التسويقي.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج المشاركين الذين يتعاملون مع قرارات التسويق والنمو وتطوير السوق، ويحتاجون إلى منظور متقدم يربط التحليل التسويقي بالتنفيذ والنتائج.

- مديرو التسويق والمبيعات وتطوير الأعمال.
- مسؤولو العلامة التجارية وتجربة العملاء.
- مشرفو الحملات والقنوات التسويقية.
- مديرو المنتجات والأسواق والقطاعات.
- المرشحون لأدوار قيادية في التسويق.

اليوم الأول: فهم قيادة السوق والتحليل الاستراتيجي

- مفهوم قيادة السوق وعلاقته بالميزة التنافسية.
- تحليل البيئة الخارجية باستخدام PESTLE.
- دراسة القوى التنافسية وسلوك المنافسين.
- تحديد فرص النمو ومخاطر التراجع السوقي.
- ربط التحليل التسويقي بأولويات الإدارة العليا.

اليوم الثاني: التمركز التنافسي وبناء القيمة التسويقية

- تصميم عرض القيمة للعملاء المستهدفين.
- تحليل الشرائح السوقية وتحديد الأولويات.
- صياغة التمركز التسويقي للعلامة التجارية.
- تمييز المؤسسة من خلال التجربة والقيمة.
- إدارة الرسائل التسويقية عبر نقاط الاتصال.

اليوم الثالث: استراتيجيات النمو وإدارة محفظة السوق

- استراتيجيات اختراق السوق وتوسيع الحصة.
- تطوير المنتجات والأسواق وفرص التنويع.
- استخدام مصفوفة Ansoff في قرارات النمو.
- إدارة محفظة العملاء والقطاعات ذات الربحية.
- تحويل فرص السوق إلى مبادرات قابلة للتنفيذ.

اليوم الرابع: التكامل التسويقي والقنوات والبيانات

- تصميم المزيج التسويقي الملائم للتمركز.
- تكامل القنوات التقليدية والرقمية.
- استخدام بيانات العملاء في تحسين القرارات.

- إدارة الحملات التسويقية وفق أهداف واضحة.
- تحسين تجربة العميل عبر رحلة الشراء.

اليوم الخامس: تنفيذ الاستراتيجية وقياس الأداء

- تحويل الاستراتيجية التسويقية إلى خطة تنفيذية.
- تحديد مؤشرات الأداء التسويقي الرئيسية.
- متابعة العائد على الاستثمار التسويقي.
- إدارة المخاطر والتعديلات أثناء التنفيذ.
- عرض خطة تسويقية استراتيجية ومناقشتها.

course_daily_schedule

ينفذ البرنامج على مدار خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات يومياً. تتضمن الجلسات شراً مركزاً للمفاهيم، وتمارين تطبيقية، ومناقشات حالة، وأنشطة قصيرة لتحليل السوق والتمركز والنمو. يخصص الجزء الأخير من البرنامج لتجميع المخرجات في خطة تسويقية استراتيجية قابلة للعرض والمراجعة.

course_assessment

يتم تقييم المشاركين من خلال التفاعل أثناء الجلسات، والتمارين التطبيقية، ومناقشة الحالات، والمشاركة في النشاط الختامي. يحصل المشاركون في نهاية البرنامج على شهادة إتمام أو حضور من AINFCT وفق متطلبات المشاركة المعتمدة.

course_key_competencies

- التحليل التسويقي الاستراتيجي

• قيادة السوق والتمركز

• إدارة النمو التسويقي

• اتخاذ القرار التسويقي

• قياس الأداء التسويقي

• إدارة القيمة التنافسية

مكتب القاهرة الرئيسي

القاهرة، جمهورية مصر العربية

7 شارع وهران، الطيران، مدينة نصر

201152466358+

info@ainfct.com

ainfct.com

رقم التسجيل الضريبي: 472920235

مكتب مدريد الفرعي

مدريد، إسبانيا

شارع الصحة 3، وسط المدينة، 28013 مدريد

training@ainfct.com

ainfct.com