



ainfct

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

خطة التسويق الاستراتيجية

فكرة الدورة

تواجه المؤسسات اليوم بيئات سوقية متغيرة تتطلب خططاً تسويقية أكثر دقة ومرونة وقدرة على ترجمة الرؤية إلى مبادرات عملية. لم تعد خطة التسويق وثيقة وصفية فقط، بل أصبحت أداة قيادية تربط تحليل السوق باختيار الشرائح المستهدفة، وتحديد القيمة التنافسية، وتخصيص الموارد، وقياس النتائج. يركز هذا البرنامج من AINFCT على تمكين المشاركين من تصميم خطة تسويق استراتيجية متكاملة تبدأ من فهم البيئة الخارجية والداخلية، وتنتقل إلى صياغة الأهداف والاستراتيجيات والبرامج التنفيذية ومؤشرات الأداء. كما يتناول البرنامج أدوات تحليل العملاء والمنافسين، وتحديد المزيج التسويقي، وبناء المبادرات والقنوات، وربط الخطة بالموازنة والحوكمة والمتابعة. وتمنح طبيعة البرنامج التطبيقية المشاركين قدرة أعلى على تحويل الأفكار التسويقية إلى خطط واضحة، قابلة للعرض، والتنفيذ، والتقييم داخل مؤسساتهم.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تحليل البيئة التسويقية بعمق استراتيجي.

- تحديد الشرائح والأسواق ذات الأولوية.
- صياغة أهداف تسويقية قابلة للقياس.
- بناء استراتيجيات تموضع وقيمة تنافسية.
- تصميم مبادرات تسويقية مرتبطة بالموارد.
- تطوير مؤشرات أداء للخطة التسويقية.

منهجية الدورة

- عروض تفاعلية تشرح مفاهيم التخطيط التسويقي المتقدم.
- تمارين تحليل سوق ومنافسين باستخدام نماذج عملية.
- دراسات حالة تناقش قرارات تسويقية استراتيجية.
- ورش عمل لبناء مكونات الخطة خطوة بخطوة.
- مناقشات جماعية وعروض تطبيقية للخطة النهائية.

أثر الدورة على المنظمة

- يمكن تعزيز فعالية القرارات التسويقية من خلال:
- رفع جودة التخطيط التسويقي المؤسسي.
 - تحسين مواءمة التسويق مع أهداف النمو.
 - تعزيز كفاءة تخصيص الميزانيات التسويقية.
 - دعم متابعة الأداء التسويقي بموضوعية.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- التفكير التسويقي بمنظور استراتيجي.
- تحويل التحليل إلى خيارات تنفيذية.
- صياغة خطط تسويقية احترافية.
- عرض الخطة بثقة أمام أصحاب المصلحة.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين في مجالات التسويق والمبيعات وتطوير الأعمال ممن يحتاجون إلى بناء خطط تسويقية استراتيجية أكثر نضجاً. كما يفيد المسؤولين عن تحويل التوجهات التجارية إلى مبادرات تسويقية قابلة للتنفيذ.

- مديرو التسويق والمبيعات وتطوير الأعمال.
- مشرفو وفرق التخطيط التسويقي.
- مسؤولو العلامة التجارية والاتصال التسويقي.
- مديرو المنتجات والقنوات التجارية.
- القيادات المعنية بنمو الأسواق والعملاء.

اليوم الأول: مدخل إلى التخطيط التسويقي الاستراتيجي

- دور خطة التسويق في تحقيق توجهات المؤسسة.
- الفروق بين الخطة التسويقية والخطة البيعية والحملة.
- مكونات الخطة التسويقية الاستراتيجية المتكاملة.
- ربط الرؤية التسويقية بالأهداف التجارية.
- الأخطاء الشائعة في إعداد الخطط التسويقية.
- مراجعة نموذج عام لخطة تسويق استراتيجية.

اليوم الثاني: تحليل السوق والعملاء والمنافسين

- تحليل البيئة الخارجية باستخدام PESTLE.
- تحليل الصناعة والمنافسة واتجاهات الطلب.
- دراسة العملاء والاحتياجات وسلوك الشراء.
- تقسيم السوق وتقييم جاذبية الشرائح.
- تحليل القدرات الداخلية ونقاط التميز.
- استخلاص القضايا الاستراتيجية من التحليل.

اليوم الثالث: صياغة الاستراتيجية التسويقية

- تحديد الأسواق والشرائح ذات الأولوية.
- بناء عرض القيمة والتموضع التسويقي.
- اختيار استراتيجيات النمو والاختراق والتوسع.
- تحديد المزيج التسويقي الملائم للأهداف.
- مواءمة القنوات التسويقية مع رحلة العميل.
- إدارة المخاطر والافتراضات التسويقية الأساسية.

اليوم الرابع: تحويل الاستراتيجية إلى خطة تنفيذية

- تصميم المبادرات والبرامج التسويقية الرئيسية.
- تحديد المسؤوليات والجدول الزمني ومخرجات التنفيذ.
- تقدير الموارد والموازنات التسويقية المطلوبة.
- تنسيق الخطة مع المبيعات وخدمة العملاء.
- بناء خارطة تنفيذ مرحلية قابلة للمتابعة.
- إعداد ملخص تنفيذي للخطة التسويقية.

اليوم الخامس: القياس والحوكمة وعرض الخطة

- تحديد مؤشرات الأداء التسويقي الرئيسية KPIs.
- ربط مؤشرات الأداء بالأهداف والمبادرات.
- متابعة العائد التسويقي وتحليل الانحرافات.
- آليات مراجعة الخطة وتحديثها دورياً.
- عرض الخطة على الإدارة وأصحاب المصلحة.
- تطبيق عملي لبناء خطة تسويق استراتيجية.

course _daily_ schedule

يمتد البرنامج على خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات يومياً. يتضمن كل يوم جلسات معرفية وتطبيقات عملية ومناقشات موجهة، مع تخصيص وقت كافٍ لبناء عناصر الخطة التسويقية تدريجياً. ويختتم البرنامج بتطبيق عملي يساعد المشاركين على تجميع التحليل والأهداف والاستراتيجيات والمبادرات ومؤشرات الأداء في تصور متكامل لخطة تسويق استراتيجية.

course _assessment

يتم تقييم المشاركين من خلال التفاعل أثناء الجلسات، وتنفيذ التمارين العملية، والمشاركة في مناقشة الحالات التطبيقية، وإعداد مكونات مختصرة لخطة تسويق استراتيجية. يحصل المشاركون في نهاية البرنامج على شهادة حضور أو إتمام من

AINFCT وفق متطلبات المشاركة المعتمدة.

course_key_competencies

- التخطيط التسويقي الاستراتيجي.
- تحليل السوق والعملاء.
- تصميم القيمة والتموضع.
- إدارة المبادرات التسويقية.
- قياس الأداء التسويقي.
- العرض التنفيذي للخطة.

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