



ainfct

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

مهارات التسويق والترويج الحديثة

فكرة الدورة

يشهد مجال التسويق والترويج تحولاً مستمراً نتيجة تغير سلوك العملاء، وتنوع القنوات الرقمية، وتزايد الحاجة إلى رسائل تسويقية أكثر وضوحاً وارتباطاً بالقيمة. لذلك لم تعد مهارات التسويق مقتصرة على إعداد الحملات أو نشر المحتوى، بل أصبحت تشمل فهم السوق، بناء الرسالة، اختيار القناة المناسبة، قياس الاستجابة، وتحسين التجربة الترويجية بصورة مستمرة. يقدم هذا البرنامج من AINFCT إطاراً عملياً لمساعدة المشاركين على تطوير مهاراتهم في التخطيط للحملات، صياغة الرسائل، إدارة أدوات الترويج، وتحليل نتائج الأنشطة التسويقية وفق منهجية متوازنة تجمع بين المفاهيم الحديثة والتطبيقات العملية. كما يركز البرنامج على تحويل الأفكار التسويقية إلى ممارسات قابلة للتنفيذ داخل بيئات العمل المختلفة، مع تعزيز قدرة المشاركين على التنسيق بين التسويق والمبيعات وخدمة العملاء. ويمنح البرنامج قيمة مهنية ملموسة من خلال ربط المهارات اليومية بمؤشرات الأداء واحتياجات العملاء.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تطبيق مفاهيم التسويق الحديثة بفعالية.

- تحليل احتياجات العملاء والسوق المستهدف.
- تصميم رسائل ترويجية واضحة ومؤثرة.
- اختيار قنوات الترويج المناسبة للحملات.
- قياس نتائج الأنشطة التسويقية بدقة.
- تحسين التنسيق بين التسويق والمبيعات.

منهجية الدورة

- عروض تفاعلية تركّز على المفاهيم الأساسية والتطبيقات العملية.
- تمارين فردية وجماعية على تصميم الرسائل والحملات.
- دراسة حالات تسويقية مبسطة من بيئات عمل متنوعة.
- مناقشات موجهة حول تحديات الترويج واختيار القنوات.
- تطبيق ختامي لإعداد تصور حملة ترويجية قابلة للتنفيذ.

أثر الدورة على المنظمة

- يمكن تعزيز فعالية التسويق والترويج المؤسسي من خلال:
- رفع جودة الحملات التسويقية والترويجية.
 - تحسين استجابة العملاء للرسائل التسويقية.
 - تعزيز كفاءة استخدام قنوات الترويج.
 - دعم نمو المبيعات بصورة أكثر انتظاماً.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- فهم أدوار التسويق الحديثة بوضوح.
- بناء خطط ترويجية قابلة للتنفيذ.
- صياغة محتوى تسويقي أكثر تأثيراً.
- تقييم أداء الحملات بثقة مهنية.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يستفيد من هذا البرنامج العاملون في التسويق والمبيعات وخدمة العملاء وكل من يرتبط بدعم الأنشطة الترويجية أو التواصل مع العملاء. كما يناسب الموظفين الراغبين في تطوير مهارات عملية متوسطة المستوى في التسويق الحديث.

- أخصائيو التسويق والترويج.
- موظفو المبيعات وتطوير الأعمال.
- منسقو الحملات والاتصال التسويقي.
- مشرفو خدمة العملاء وتجربة العميل.
- الموظفون المرشحون لأدوار تسويقية.

اليوم الأول: مدخل إلى التسويق الحديث وفهم السوق

- تطور مفهوم التسويق في بيئات الأعمال الحديثة.
- الفرق بين التسويق، الترويج، البيع، وبناء العلامة.
- تحليل العملاء واحتياجاتهم ودوافعهم الشرائية.
- تحديد الشرائح المستهدفة وبناء الصورة الأولية للعميل.
- ربط أهداف التسويق بأهداف المؤسسة والمبيعات.

اليوم الثاني: التخطيط للحملات والرسائل التسويقية

- عناصر الخطة التسويقية المبسطة للحملات العملية.
- صياغة القيمة المقترحة والرسالة الأساسية للحملة.
- اختيار أسلوب الخطاب المناسب لكل شريحة مستهدفة.
- تحديد أهداف الحملة ومؤشرات النجاح الأولية.
- أخطاء شائعة في الرسائل الترويجية وكيفية تجنبها.

اليوم الثالث: قنوات الترويج التقليدية والرقمية

- دور القنوات التقليدية في دعم الانتشار والثقة.
- استخدام القنوات الرقمية في الوصول والتفاعل.
- التكامل بين المحتوى، الإعلان، العلاقات العامة، والمبيعات.
- اختيار القناة وفق الجمهور والميزانية والهدف.
- إدارة الاتساق في الرسائل عبر القنوات المختلفة.

اليوم الرابع: المحتوى التسويقي وإدارة التفاعل

- أساسيات إعداد محتوى تسويقي واضح ومقنع.
- توظيف القصص التسويقية في إبراز القيمة.
- إدارة التفاعل مع العملاء المحتملين عبر القنوات المختلفة.

- التعامل مع الاعتراضات والاستفسارات بأسلوب ترويجي مهني.
- تحسين تجربة العميل خلال مراحل الحملة.

اليوم الخامس: قياس الأداء وتحسين الأنشطة الترويجية

- تحديد مؤشرات الأداء المناسبة للحملة التسويقية.
- قراءة نتائج التفاعل والتحويل والاستجابة.
- استخدام نموذج AIDA لتحليل رحلة التأثير التسويقي.
- تحسين الحملة بناءً على البيانات والملاحظات.
- إعداد خطة تطبيقية مختصرة لحملة ترويجية حديثة.

course_daily_schedule

ينفذ البرنامج على مدى خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات يومياً. يتم توزيع الوقت بين شرح المفاهيم، المناقشات، التطبيقات العملية، وتمارين إعداد الرسائل والحملة، مع تخصيص الجزء الأخير من كل يوم لمراجعة ما تم تطبيقه وربطه بسياق العمل الفعلي للمشاركين.

course_assessment

يتم تقييم المشاركين من خلال التفاعل أثناء الجلسات، تنفيذ التمارين العملية، المشاركة في المناقشات، وإعداد تطبيق ختامي مبسط لحملة ترويجية. يحصل المشاركون في نهاية البرنامج على شهادة حضور أو إتمام صادرة من AINFCT وفق متطلبات الحضور والمشاركة.

course_key_competencies

- التفكير التسويقي العملي.
- تحليل العملاء والسوق.
- تخطيط الحملات الترويجية.
- صياغة الرسائل التسويقية.
- إدارة القنوات الترويجية.
- قياس الأداء التسويقي.

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