



ainfct

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

التسويق الرأسي والتسويق الجانبي

فكرة الدورة

تواجه المؤسسات اليوم أسواقًا متغيرة تتطلب قدرة متوازنة على تعميق الحضور داخل القطاعات الحالية، وفي الوقت نفسه البحث عن فرص جديدة خارج المسارات التقليدية. لذلك يركز هذا البرنامج على توضيح الفرق بين التسويق الرأسي الذي يستهدف قطاعات أو شرائح محددة بعمق، والتسويق الجانبي الذي يعتمد على إعادة تكوين الفكرة التسويقية وابتكار استخدامات أو أسواق أو عروض مختلفة. يتناول البرنامج كيفية تحليل السوق والعملاء، وبناء عروض قيمة موجهة، وتطوير رسائل تسويقية متخصصة، ثم الانتقال إلى التفكير الجانبي لاكتشاف فرص غير مباشرة للنمو والتوسع. كما يساعد المشاركين على الربط بين أدوات التجزئة والاستهداف والتموضع، وبين أساليب **الابتكار** في المنتج والقناة والرسالة وتجربة العميل. تقدم AINFCT هذا البرنامج بمنهجية تطبيقية تجمع بين المفاهيم العملية والحالات التدريبية، بما يمنح المشاركين قدرة أفضل على اختيار النهج التسويقي الأنسب لكل موقف. ويضيف البرنامج قيمة مهنية واضحة عبر تحويل التفكير التسويقي إلى قرارات قابلة للتنفيذ والقياس.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تمييز خصائص التسويق الرأسي والجانبى.
- تحليل القطاعات السوقية ذات الأولوية.
- بناء عروض قيمة موجهة للعملاء.
- تطبيق أدوات التفكير الجانبى التسويقي.
- تصميم مبادرات نمو قابلة للقياس.

منهجية الدورة

- عروض تفاعلية لشرح المفاهيم والنماذج التسويقية.
- تمارين تحليلية لتجزئة السوق وتحديد فرص النمو.
- دراسات حالة تربط بين التسويق المتخصص والابتكار.
- مناقشات جماعية لتقييم البدائل التسويقية.
- تطبيق عملي لبناء مبادرة تسويقية مختصرة.

أثر الدورة على المنظمة

- يمكن تعزيز فعالية التوجه التسويقي من خلال:
- تحسين دقة استهداف القطاعات السوقية.
 - زيادة فرص النمو خارج القنوات التقليدية.
 - رفع كفاءة القرارات التسويقية.
 - تعزيز الابتكار في العروض والحملات.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- فهم منطق التسويق الرأسي بوضوح.
- توظيف التفكير الجانبي في التسويق.
- تطوير رسائل تسويقية أكثر تركيزاً.
- اقتراح حلول نمو عملية.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين في التسويق والمبيعات وتطوير الأعمال ممن يحتاجون إلى تنوع أساليب النمو. كما يفيد الفرق التي ترغب في الدمج بين الاستهداف الدقيق والتفكير الابتكاري.

- مسؤولو وأخصائيو التسويق.
- مشرفو المبيعات وتطوير الأعمال.
- فرق إدارة المنتجات والعلامات التجارية.
- الموظفون المرشحون لأدوار تسويقية أوسع.
- رواد المشاريع ومدبرو المبادرات التجارية.

اليوم الأول: مدخل إلى التسويق الرأسي والتسويق الجانبي

- مفهوم التسويق الرأسي وعلاقته بالتخصص السوقي.
- مفهوم التسويق الجانبي ودوره في توليد فرص جديدة.
- الفروق العملية بين التركيز العميق والتوسع الابتكاري.
- متى تستخدم **المؤسسة** كل نهج تسويقي.
- أخطاء شائعة في الخلط بين النهجين.

اليوم الثاني: تحليل السوق وبناء التوجه الرأسي

- تحليل القطاعات والشرائح ذات الجاذبية العالية.
- تحديد احتياجات العملاء داخل الأسواق المتخصصة.
- بناء شخصية العميل وربطها بالقرار الشرائي.
- صياغة عرض القيمة للقطاعات الرأسية.
- تقييم ملاءمة القنوات والرسائل لكل قطاع.

اليوم الثالث: استراتيجيات التسويق الرأسي وتطبيقاتها

- استهداف الأسواق المتخصصة باستخدام STP.
- تطوير الرسائل التسويقية حسب القطاع.
- إدارة العلاقات داخل القطاعات عالية القيمة.
- مواءمة المزيج التسويقي مع التخصص السوقي.
- قياس أداء الحملات الرأسية ومؤشرات نجاحها.

اليوم الرابع: التفكير الجانبي في التسويق والابتكار

- مبادئ التفكير الجانبي في تطوير الفرص.
- إعادة تعريف المنتج أو الخدمة من منظور العميل.
- ابتكار استخدامات وأسواق وقنوات جديدة.

- توليد أفكار ترويجية خارج النمط التقليدي.
- تقييم الأفكار الجانبية من حيث الجدوى والقيمة.

اليوم الخامس: دمج النهجين وبناء خطة تطبيقية

- اختيار النهج المناسب حسب الهدف والسوق.
- دمج التسويق الرأسي والجانبى داخل خطة واحدة.
- تصميم مبادرة تسويقية قابلة للتنفيذ.
- تحديد مؤشرات الأداء والمتابعة.
- عرض تطبيقات المشاركين ومناقشة فرص التحسين.

course_daily_schedule

يتمد البرنامج لمدة خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات يومياً. يبدأ كل يوم بمراجعة موجزة وربط موضوع اليوم بالمخرجات السابقة، ثم ينتقل إلى شرح المفاهيم الرئيسية والتطبيقات العملية. تتضمن الجلسات تمارين قصيرة، مناقشات موجهة، وتحليل حالات تدريبية، مع تخصيص الجزء الأخير من كل يوم لاستخلاص الدروس وربطها ببيئة العمل.

course_assessment

يعتمد تقييم المشاركين على التفاعل أثناء الجلسات، والمشاركة في التمارين التطبيقية، وجودة المخرجات العملية المرتبطة بتحليل السوق وبناء المبادرات التسويقية. وفي نهاية البرنامج يحصل المشاركون على شهادة حضور أو إتمام من AINFCT وفق متطلبات المشاركة المعتمدة.

course_key_competencies

- تحليل السوق والعملاء.
- التجزئة والاستهداف والتموضع.
- تصميم عروض القيمة.
- التفكير الجانبي التسويقي.
- تخطيط مبادرات النمو.
- 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