



ainfct

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

استراتيجيات التسويق ضمن المنافسة وبناء فرق العمل التسويقي

فكرة الدورة

تواجه المؤسسات اليوم أسواقًا شديدة التغير، تتداخل فيها المنافسة السعرية، وتوقعات العملاء، وتعدد القنوات، وتسارع القرارات الشرائية. لذلك لم تعد **الاستراتيجية** التسويقية مجرد خطة ترويجية، بل أصبحت منظومة متكاملة لفهم السوق، تحديد الميزة التنافسية، اختيار القطاعات ذات القيمة، وتوجيه فرق العمل نحو نتائج قابلة للقياس. يركز هذا البرنامج التدريبي من AINFCT على تمكين المشاركين من تحليل البيئة التنافسية، وبناء خيارات تسويقية متقدمة، وتصميم مبادرات عملية تدعم النمو والحصة السوقية. كما يتناول البرنامج آليات بناء فرق التسويق، توزيع الأدوار، إدارة الأداء، وتحفيز التعاون بين التسويق والمبيعات وخدمة العملاء. ويجمع البرنامج بين المفاهيم **الاستراتيجية** والتطبيقات العملية مثل تحليل المنافسين، التموضع، إدارة القنوات، وتطوير خطط تنفيذية مرتبطة بمؤشرات أداء واضحة. تمنح هذه التجربة التدريبية المشاركين قدرة أعلى على تحويل الرؤى التسويقية إلى قرارات مؤثرة ومسؤولة داخل السوق.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تحليل المنافسة وتحديد فرص التفوق السوقي.

- بناء استراتيجية تسويقية مرتبطة بالنمو.
- تطوير تموضع تسويقي واضح وقابل للتنفيذ.
- تصميم فرق تسويقية عالية الأداء.
- ربط المبادرات التسويقية بمؤشرات أداء.
- تعزيز التكامل بين التسويق والمبيعات.

منهجية الدورة

- عروض تفاعلية تربط المفاهيم **الاستراتيجية** بواقع السوق.
- دراسات حالة تطبيقية حول المنافسة والتموضع التسويقي.
- تمارين جماعية لبناء خطط ومبادرات تسويقية.
- تحليل نماذج أداء وفرق تسويق من بيئات مختلفة.
- مناقشات موجهة لاستخلاص الدروس وفرص التطبيق.

أثر الدورة على المنظمة

- يمكن تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة من خلال:
- تحسين جودة القرارات التسويقية **الاستراتيجية**.
- رفع فعالية الحملات والمبادرات السوقية.
- تعزيز التنسيق بين فرق التسويق والمبيعات.
- زيادة القدرة على حماية الحصة السوقية.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- قراءة تحركات المنافسين بوعي عملي.
- صياغة خيارات تسويقية أكثر نضجاً.
- قيادة فرق تسويق بوضوح ومسؤولية.
- متابعة الأداء التسويقي بمؤشرات مناسبة.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج المهنيين الذين يعملون في التسويق والمبيعات وإدارة النمو، ممن يحتاجون إلى تطوير قراراتهم التنافسية وبناء فرق تسويق أكثر فاعلية.

- مديرو التسويق والمبيعات وتطوير الأعمال.
- مشرفو فرق التسويق والحملات التسويقية.
- أخصائيو التسويق الراغبون في أدوار قيادية.
- مديرو المنتجات والعلامات التجارية.
- المسؤولون عن النمو وتجربة العملاء.

اليوم الأول: فهم السوق وتحليل البيئة التنافسية

- مفهوم قيادة السوق ودور التسويق في بناء التفوق التنافسي.
- تحليل البيئة الخارجية باستخدام أدوات مثل SWOT وPESTEL.
- قراءة قوى المنافسة وتحديد مصادر الضغط السوقي.
- تجزئة السوق وتحديد القطاعات ذات الأولوية الاستراتيجية.
- تحليل سلوك العملاء وربطه بقرارات التموضع والتواصل.

اليوم الثاني: بناء الاستراتيجية التسويقية ضمن المنافسة

- صياغة الأهداف التسويقية المتقدمة وربطها بأهداف النمو.
- اختيار الميزة التنافسية المناسبة وفق قدرات المؤسسة.
- تطوير استراتيجيات التموضع والتمييز في الأسواق المتقاربة.
- إدارة المزيج التسويقي بما يدعم القيمة المدركة للعميل.
- تحديد الأولويات الاستراتيجية عند تعدد المنافسين والقنوات.

اليوم الثالث: تصميم المبادرات التسويقية وخطط التنفيذ

- تحويل الاستراتيجية إلى مبادرات تسويقية قابلة للتنفيذ.
- اختيار الرسائل والقنوات المناسبة حسب القطاع المستهدف.
- إدارة الحملات التسويقية المتكاملة بين القنوات التقليدية والرقمية.
- تنسيق الجهود بين التسويق والمبيعات وخدمة العملاء.
- إدارة المخاطر التسويقية أثناء تنفيذ المبادرات التنافسية.

اليوم الرابع: بناء فرق العمل التسويقي عالية الأداء

- تحديد الأدوار والمسؤوليات داخل فرق التسويق الحديثة.
- بناء ثقافة تعاون قائمة على البيانات والنتائج.
- إدارة مهارات الفريق بين التحليل، الإبداع، والتنفيذ.

- تحفيز فرق التسويق ومتابعة الالتزام بالمرجات.
- معالجة تحديات التواصل والصراعات داخل فرق التسويق.

اليوم الخامس: قيادة الأداء التسويقي والتحسين المستمر

- تصميم مؤشرات الأداء الرئيسية للأنشطة التسويقية.
- تحليل نتائج الحملات وربطها بالعائد والقيمة السوقية.
- استخدام لوحات المتابعة في توجيه قرارات الفريق.
- تطوير خطط تحسين مبنية على البيانات والتعلم السوقي.
- إعداد خارطة عمل تطبيقية لتعزيز المنافسة وبناء الفريق.

course_daily_schedule

يمتد البرنامج لمدة خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات يومياً. تتوزع الجلسات بين عرض المفاهيم الرئيسية، مناقشة الحالات، تنفيذ التمارين العملية، وتلخيص الدروس التطبيقية في نهاية كل يوم. يراعى في التنفيذ التدرج من التحليل الاستراتيجي إلى تصميم المبادرات، ثم بناء الفريق وقياس الأداء.

course_assessment

يعتمد تقييم المشاركين على التفاعل داخل الجلسات، والمشاركة في التمارين العملية، وتطوير مخرجات تطبيقية مرتبطة بمحاور البرنامج. وفي نهاية البرنامج يحصل المشاركون على شهادة حضور أو إتمام صادرة عن AINFCT وفق متطلبات المشاركة المعتمدة.

course_key_competencies

- التحليل التنافسي المتقدم.
- التخطيط التسويقي الاستراتيجي.
- التموضع وإدارة القيمة.
- قيادة فرق التسويق.
- إدارة الأداء التسويقي.
- التكامل التسويقي البيعي.

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