



# ainfct

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

## إستراتيجيات التسويق الرقمي والتواجد على وسائل التواصل الاجتماعي

### فكرة الدورة

أصبحت قنوات التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي جزءاً رئيسياً من بناء الصورة الذهنية، وتوليد الاهتمام، وتحسين التواصل مع العملاء في بيئات عمل تتغير بسرعة. ولم يعد الحضور الرقمي الفعّال يعتمد على النشر المتكرر فقط، بل يحتاج إلى فهم الجمهور، وتحديد الرسائل، واختيار القنوات المناسبة، وبناء محتوى متسق، وربط الأنشطة التسويقية بمؤشرات أداء واضحة. يركز هذا البرنامج من AINFCT على تمكين المشاركين من تصميم إستراتيجيات تسويق رقمي متكاملة، وإدارة التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة منظمة تدعم أهداف المؤسسة. كما يتناول البرنامج تحليل الشرائح المستهدفة، وتطوير المحتوى، وإدارة الحملات، وقياس الأداء، والتعامل مع التفاعل الرقمي بما يعزز جودة الاتصال وفاعلية النتائج. يمتاز البرنامج بطابع تطبيقي يربط بين المفاهيم التسويقية الحديثة وممارسات التنفيذ اليومية، بما يساعد المشاركين على تحويل القنوات الرقمية إلى أدوات مؤثرة في بناء الثقة وتحقيق النمو.

### أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تحليل البيئة الرقمية وسلوك الجمهور المستهدف.
- تصميم إستراتيجية تسويق رقمي متكاملة.
- اختيار قنوات التواصل الاجتماعي المناسبة.
- تطوير محتوى رقمي متوافق مع هوية المؤسسة.
- إدارة الحملات الرقمية ومتابعة مؤشرات الأداء.
- تحسين التفاعل الرقمي وبناء حضور مؤسسي فعّال.

## منهجية الدورة

- عروض تفاعلية تربط المفاهيم التسويقية بالتطبيق العملي.
- تمارين تحليل جمهور وقنوات رقمية واقعية.
- ورش عمل لإعداد تقويم محتوى وحملة رقمية.
- مناقشات جماعية حول تحديات التواجد الاجتماعي.
- تطبيقات قصيرة لقراءة مؤشرات الأداء وتحسين النتائج.

## أثر الدورة على المنظمة

- يمكن تعزيز فاعلية التسويق الرقمي المؤسسي من خلال:
- رفع جودة التخطيط للحملات الرقمية.
  - تحسين اتساق الرسائل عبر القنوات.
  - زيادة كفاءة استخدام منصات التواصل.
  - دعم قرارات التسويق بمؤشرات أداء واضحة.

## أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- إدارة القنوات الرقمية بثقة أكبر.
- صياغة محتوى مناسب للجمهور المستهدف.
- قراءة مؤشرات الأداء التسويقي.
- تحسين أساليب التفاعل مع المتابعين.

## الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

## الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين في التسويق والاتصال والمبيعات ممن يحتاجون إلى تطوير حضور رقمي أكثر تنظيمًا. كما يفيد الفرق التي تدير المحتوى أو الحملات أو العلاقات الرقمية مع العملاء.

- أخصائيو التسويق والاتصال المؤسسي.
- مسؤولو وسائل التواصل الاجتماعي.
- منسقو الحملات الرقمية والمحتوى.
- موظفو المبيعات وخدمة العملاء الرقمية.
- المشرفون على الأنشطة التسويقية والإعلامية.

### اليوم الأول: مدخل إلى التسويق الرقمي والتحول في سلوك العملاء

- مفهوم التسويق الرقمي ودوره في دعم الأهداف المؤسسية.
- تطور رحلة العميل عبر القنوات الرقمية المختلفة.
- العلاقة بين العلامة التجارية والحضور على وسائل التواصل.
- تحليل البيئة الرقمية والاتجاهات المؤثرة في القرارات التسويقية.
- تحديد الأهداف التسويقية وربطها بالجمهور والقنوات.

### اليوم الثاني: بناء الإستراتيجية الرقمية وتحديد الجمهور المستهدف

- تحليل الشرائح المستهدفة وبناء شخصيات العملاء الرقمية.
- تحديد عرض القيمة والرسائل التسويقية الرئيسية.
- اختيار القنوات الرقمية وفق طبيعة الجمهور والهدف.
- استخدام نموذج SOSTAC في تخطيط التسويق الرقمي.
- موازنة الخطة الرقمية مع هوية المؤسسة وأولوياتها.

### اليوم الثالث: إدارة المحتوى والتواجد على وسائل التواصل الاجتماعي

- مبادئ إعداد المحتوى الرقمي الجاذب والمتسق.
- تصميم تقويم محتوى مناسب للأهداف التسويقية.
- تنوع صيغ المحتوى بين النصوص والصور والفيديو.
- إدارة النشر والتفاعل عبر المنصات الاجتماعية.
- الحفاظ على نبرة مؤسسية واضحة في التواصل الرقمي.

### اليوم الرابع: الحملات الرقمية والإعلانات وتحسين الوصول

- مراحل تصميم الحملة الرقمية من الفكرة إلى التنفيذ.
- أساسيات الإعلانات الممولة والاستهداف الرقمي.
- تحسين الوصول والتفاعل باستخدام اختبار الرسائل.

- إدارة الميزانيات التسويقية الرقمية بكفاءة.
- متابعة أداء الحملة وتعديل المسار أثناء التنفيذ.

#### اليوم الخامس: قياس الأداء وتحسين الإستراتيجية الرقمية

- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية للتسويق الرقمي.
- قراءة بيانات المنصات الاجتماعية وتقارير الحملات.
- تحليل التفاعل والوصول والتحويلات الرقمية.
- استخدام النتائج في تحسين المحتوى والقنوات.
- إعداد خطة تطوير للحضور الرقمي بعد البرنامج.

### course\_daily\_schedule

يمتد البرنامج لمدة 5 أيام تدريبية، بواقع 4 ساعات يومياً. يتضمن كل يوم جلسات معرفية مركزة، وتمارين تطبيقية، ومناقشات موجهة، ونشاطاً عملياً يساعد المشاركين على تحويل المفاهيم إلى خطوات تنفيذية قابلة للاستخدام في بيئة العمل.

### course\_assessment

يتم تقييم المشاركين من خلال التفاعل أثناء الجلسات، والأنشطة التطبيقية، ومخرجات ورش العمل المرتبطة بتخطيط القنوات الرقمية وإدارة المحتوى وقياس الأداء. يحصل المشاركون في نهاية البرنامج على شهادة حضور أو إتمام صادرة من AINFCT وفق متطلبات المشاركة المعتمدة.

### course\_key\_competencies

- التخطيط الرقمي الإستراتيجي.

- تحليل الجمهور المستهدف.
- إدارة المحتوى الاجتماعي.
- تصميم الحملات الرقمية.
- قياس الأداء التسويقي.
- التواصل الرقمي المؤسسي.

### 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