



ainfct

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

إدارة العلامة التجارية وبناء هويتها

فكرة الدورة

أصبحت العلامة التجارية أحد الأصول المؤسسية المؤثرة في قرارات العملاء، ولوائهم، وتوقعاتهم تجاه المنتجات والخدمات. ومع توسع القنوات الرقمية وتزايد المنافسة، لم تعد الهوية البصرية وحدها كافية لبناء حضور قوي؛ بل يتطلب الأمر إدارة متكاملة تجمع بين التموضع، والشخصية، والرسائل، والتجربة، والاتساق عبر نقاط الاتصال المختلفة. يركز هذا البرنامج التدريبي من AINFCT على تمكين المشاركين من فهم أسس بناء العلامة التجارية وإدارة هويتها بطريقة عملية، مع ربط المفاهيم التسويقية بالتطبيقات اليومية داخل فرق التسويق والمبيعات وخدمة العملاء. كما يساعد البرنامج على تحليل عناصر العلامة، وتطوير مقترحات قيمة واضحة، وبناء رسائل متماسكة تعكس وعد العلامة وتدعم تميزها في السوق. ويمنح المشاركين أدوات عملية لتحسين حضور العلامة وقياس أدائها وتطويرها بما يعزز الثقة والارتباط مع العملاء. وتبرز قيمة البرنامج في تحويل إدارة العلامة من نشاط اتصالي متفرق إلى ممارسة مؤسسية منظمة قابلة للمتابعة والتحسين.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تحليل مكونات العلامة التجارية وهوية السوق.

- تحديد التموضع المناسب للعلامة التجارية.
- صياغة رسائل تسويقية متسقة وفعالة.
- إدارة الهوية عبر قنوات الاتصال المختلفة.
- قياس مؤشرات قوة العلامة التجارية.

منهجية الدورة

- عروض تفاعلية لشرح المفاهيم الرئيسية لإدارة العلامة.
- تمارين تطبيقية لتحليل الهوية والتموضع والرسائل.
- مناقشات جماعية حول تجارب علامات تجارية مختارة.
- دراسات حالة مرتبطة بقنوات التسويق والتواصل.
- تطبيق ختامي لبناء تصور عملي لهوية علامة.

أثر الدورة على المنظمة

- يمكن تعزيز حضور العلامة التجارية المؤسسية من خلال:
- رفع اتساق الرسائل التسويقية عبر القنوات.
 - تحسين تميّز المؤسسة في الأسواق المستهدفة.
 - تعزيز ثقة العملاء بالمنتجات والخدمات.
 - دعم قرارات التسويق المرتبطة بقيمة العلامة.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- فهم أعمق لعناصر بناء العلامة.
- تطبيق أدوات تحليل الهوية والتموضع.
- تحسين جودة الرسائل الترويجية.
- متابعة أداء العلامة بمؤشرات واضحة.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين في وظائف التسويق والمبيعات والاتصال المؤسسي ممن يحتاجون إلى تطوير فهم عملي لإدارة العلامة التجارية وبناء هويتها. كما يفيد المشاركين الذين يساهمون في تحسين صورة المؤسسة وتجربة العملاء.

- مسؤولو التسويق والترويج.
- أخصائيو العلامة التجارية والاتصال.
- مشرفو المبيعات وخدمة العملاء.
- منسقو الحملات والمحتوى التسويقي.
- الموظفون المرشحون لأدوار تسويقية أوسع.

موضوعات الدورة

اليوم الأول: مدخل إلى إدارة العلامة التجارية

- مفهوم العلامة التجارية ودورها في التسويق الحديث.
- الفرق بين العلامة، الهوية، الصورة، والسمعة.
- عناصر قيمة العلامة التجارية من منظور العميل.
- دورة حياة العلامة وتحديات نموها.
- تحليل أمثلة تطبيقية لهويات علامات مختلفة.

اليوم الثاني: بناء هوية العلامة وتموضعها

- تحديد جوهر العلامة ووعدا الرئيسي.
- تحليل الجمهور المستهدف وتوقعاته الإدراكية.
- اختيار التموضع التسويقي المناسب للعلامة.
- تصميم شخصية العلامة ونبرة تواصلها.
- صياغة مقترح القيمة بطريقة عملية.

اليوم الثالث: الهوية البصرية واللفظية للعلامة

- مكونات الهوية البصرية وأثرها على التميّز.
- إدارة الاسم والشعار والألوان والرموز.
- تطوير الرسائل الأساسية للعلامة التجارية.
- تحقيق الاتساق بين المحتوى والهوية.
- مراجعة نماذج إرشادات الهوية المؤسسية.

اليوم الرابع: تجربة العلامة ونقاط الاتصال

- تحليل رحلة العميل مع العلامة التجارية.
- إدارة نقاط الاتصال البيعية والرقمية والخدمية.
- ربط تجربة العميل بوعد العلامة.
- معالجة الفجوات بين الصورة المتوقعة والفعلية.
- دور فرق العمل في حماية اتساق العلامة.

اليوم الخامس: قياس قوة العلامة وتطويرها

- مؤشرات الوعي، التفضيل، الولاء، والارتباط.
- تحليل ملاحظات العملاء وانطباعات السوق.
- إدارة مخاطر السمعة والانطباعات السلبية.
- تطوير خطة تحسين قصيرة المدى للعلامة.
- عرض تطبيقات ختامية على حالات واقعية.

course_daily_schedule

يمتد البرنامج على خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات يوميًا. يتضمن كل يوم جلسات شرح مركزة، وتمارين تطبيقية، ونقاشات موجهة، ومراجعة ختامية لأهم المفاهيم. ويمكن توزيع الوقت اليومي بين عرض المحتوى، وتحليل الحالات، والعمل الجماعي، والتغذية الراجعة بما يضمن التفاعل العملي واستيعاب أدوات إدارة العلامة.

course_assessment

يتم تقييم استفادة المشاركين من خلال المشاركة في النقاشات، وتنفيذ التمارين التطبيقية، وتحليل حالات مرتبطة بإدارة العلامة التجارية. وفي ختام البرنامج يحصل المشاركون المستوفون لمتطلبات الحضور والمشاركة على شهادة إتمام أو حضور صادرة من AINFCT.

course_key_competencies

- تحليل العلامة التجارية.
- بناء الهوية المؤسسية.
- التموضع التسويقي.

- إدارة الرسائل التسويقية.
- تحسين تجربة العلامة.
- قياس أداء العلامة.

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