



ainfct

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

تطوير استراتيجيات التسويق عبر الهاتف والبريد الإلكتروني

فكرة الدورة

تتجه أنشطة التسويق الحديثة نحو قنوات اتصال مباشرة وقابلة للقياس، حيث أصبح الهاتف والبريد الإلكتروني من الأدوات المحورية في بناء العلاقات التجارية، توليد العملاء المحتملين، وتحويل الاهتمام إلى فرص بيع فعلية. ويحتاج هذا النوع من التسويق إلى تخطيط دقيق للرسائل، فهم عميق لسلوك العملاء، وضبط متواصل لمؤشرات الأداء بما يحقق التوازن بين الإقناع، المهنية، واحترام تفضيلات الجمهور.

يركز هذا البرنامج المقدم من AINFCT على تطوير استراتيجيات تسويقية متقدمة عبر الهاتف والبريد الإلكتروني، من خلال تحليل الشرائح المستهدفة، تصميم مسارات الاتصال، صياغة الرسائل، إدارة المتابعة، وقياس فعالية الحملات. كما يمنح المشاركين قدرة عملية على بناء حملات أكثر تنظيماً وارتباطاً بأهداف المبيعات وخدمة العملاء. ويقدم البرنامج قيمة تطبيقية تساعد المؤسسات على تحسين جودة التواصل وتحويل القنوات المباشرة إلى أدوات نمو مستدامة.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تحليل فرص التسويق المباشر بدقة.
- تصميم حملات هاتف و بريد فعالة.
- صياغة رسائل تسويقية مقنعة.
- إدارة المتابعة مع العملاء المحتملين.
- قياس أداء الحملات وتحسينها.
- ربط الاتصال المباشر بأهداف المبيعات.

منهجية الدورة

- عروض تدريبية تفاعلية مدعومة بأمثلة تطبيقية من بيئات عمل مختلفة.
- تمارين عملية على تصميم نصوص المكالمات ورسائل البريد الإلكتروني.
- تحليل حالات تسويقية مرتبطة بإدارة العملاء المحتملين والتحويل.
- محاكاة مكالمات ومراجعة جماعية لأساليب التواصل والإقناع.
- تطبيق ختامي لبناء حملة تسويق مباشر متكاملة.

أثر الدورة على المنظمة

يمكن تعزيز كفاءة التسويق المباشر داخل المؤسسة من خلال:

- رفع جودة فرص البيع الناتجة.
- تحسين معدلات الاستجابة والتحويل.
- توحيد رسائل الاتصال التسويقي.
- دعم قرارات الحملات ببيانات دقيقة.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- إتقان تخطيط حملات الاتصال المباشر.
- تحسين مهارات الإقناع عبر القنوات.
- إدارة اعتراضات العملاء باحترافية.
- استخدام مؤشرات الأداء التسويقي.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج المشاركين المسؤولين عن تطوير حملات التسويق المباشر وإدارة التواصل مع العملاء المحتملين. كما يفيد المهنيين الذين يسعون إلى تحسين فعالية قنوات الهاتف والبريد الإلكتروني ضمن خطط التسويق والمبيعات.

- مديرو التسويق والمبيعات.
- مشرفو فرق التسويق المباشر.
- أخصائيو التسويق عبر البريد الإلكتروني.
- مسؤولو توليد العملاء المحتملين.
- مديرو علاقات العملاء وتطوير الأعمال.

اليوم الأول: أسس التسويق المباشر وتخطيط الحملات

- مفهوم التسويق عبر الهاتف والبريد الإلكتروني ودورهما في النمو.
- تحليل رحلة العميل وربطها بنقاط الاتصال المباشر.
- تحديد أهداف الحملة ومؤشرات النجاح الرئيسية.
- تصنيف العملاء المحتملين حسب القيمة والاستعداد للشراء.
- بناء إطار عام لحملة اتصال متكاملة.

اليوم الثاني: استراتيجيات التسويق عبر الهاتف

- تصميم نصوص المكالمات التسويقية بطريقة مهنية.
- مهارات افتتاح المكالمات وبناء الاهتمام السريع.
- تقنيات طرح الأسئلة واكتشاف احتياجات العميل.
- التعامل مع الاعتراضات دون فقدان ثقة العميل.
- إغلاق المكالمات بخطوة متابعة واضحة وقابلة للتنفيذ.

اليوم الثالث: استراتيجيات التسويق عبر البريد الإلكتروني

- بناء قوائم بريدية منظمة ومرتبطة بشرائح العملاء.
- صياغة عناوين ورسائل بريدية جاذبة وغير مبالغ فيها.
- تنظيم محتوى الرسالة بين القيمة والعرض والدعوة للإجراء.
- تخطيط تسلسل الرسائل وفق مراحل اهتمام العميل.
- تحسين قابلية القراءة والاستجابة عبر البريد الإلكتروني.

اليوم الرابع: التكامل بين الهاتف والبريد وإدارة المتابعة

- دمج قنوات الهاتف والبريد ضمن مسار اتصال موحد.
- تحديد قواعد الانتقال بين الرسالة والمكالمة والمتابعة.
- إدارة بيانات العملاء وتحديث سجل التفاعل.

- تنسيق جهود التسويق والمبيعات في متابعة الفرص.
- تصميم سيناريوهات متابعة للشرائح ذات الأولوية.

اليوم الخامس: قياس الأداء والتحسين المستمر للحملات

- تحديد مؤشرات الأداء للحملات الهاتفية والبريدية.
- تحليل معدلات الفتح والاستجابة والتحويل.
- تقييم جودة العملاء المحتملين الناتجين عن الحملة.
- تطبيق اختبارات التحسين على الرسائل ونصوص الاتصال.
- إعداد خطة تطوير لحملة تسويق مباشر متقدمة.

course_daily_schedule

ينفذ البرنامج على مدى خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات تدريبية يومياً. تجمع الجلسات اليومية بين شرح المفاهيم، التطبيقات العملية، النقاشات الموجهة، ودراسة نماذج حملات مباشرة. ويتم تخصيص جزء من كل يوم لتطبيق عملي يساعد المشاركين على تحويل المفاهيم إلى أدوات قابلة للاستخدام في بيئات العمل.

course_assessment

يعتمد تقييم المشاركين على التفاعل أثناء الجلسات، تنفيذ التمارين التطبيقية، جودة المشاركة في محاكاة المكالمات وتحليل الرسائل، إضافة إلى إعداد تصور عملي لحملة تسويق عبر الهاتف والبريد الإلكتروني. يحصل المشاركون في نهاية البرنامج على شهادة حضور/إتمام من AINFCT.

course_key_competencies

- تخطيط حملات التسويق المباشر.
- صياغة الرسائل التسويقية.
- إدارة المكالمات البيعية.
- تحليل مؤشرات الحملات.
- متابعة العملاء المحتملين.
- تكامل التسويق والمبيعات.

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