



ainfct

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

تسويق واستراتيجيات العلامات التجارية في الرياضة

فكرة الدورة

أصبحت العلامات التجارية في المجال الرياضي أحد الأصول المؤسسية المهمة التي تؤثر في الجماهير، والرعاة، والشركاء، وقيمة الأندية والبطولات. ولم يعد التسويق الرياضي يقتصر على الترويج للفعاليات، بل أصبح منظومة استراتيجية تشمل الهوية، وتجربة الجمهور، والرعاية، والمحتوى، والشراكات التجارية.

يركز هذا البرنامج التدريبي من AINFCT على تطوير فهم متقدم لكيفية بناء العلامة الرياضية وإدارتها، وربطها بالأهداف المؤسسية والسوقية. ويتناول البرنامج تحليل الجمهور، وتموضع العلامة، واستراتيجيات الرعاية، والتسويق الرقمي، وقياس أثر الحملات في السياق الرياضي.

يمكن البرنامج المشاركين من صياغة استراتيجيات تسويقية متماسكة تساعد على تعزيز القيمة الجماهيرية والتجارية للكيانات الرياضية، بأسلوب عملي يدعم قرارات التسويق الحديثة.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- تحليل عناصر العلامة التجارية الرياضية.
- بناء تموضع تسويقي واضح ومميز.
- تصميم استراتيجيات رعاية وشراكات فعالة.
- تطوير حملات تسويق رياضي متكاملة.
- قياس أثر العلامة والحملات التسويقية.

منهجية الدورة

- عروض تفاعلية حول استراتيجيات التسويق الرياضي.
- تحليل علامات رياضية محلية ودولية.
- تمارين تطبيقية على التموضع والحملات.
- ورش عمل لتصميم عروض الرعاية.
- مناقشات جماعية حول تجربة الجمهور والسمعة.

أثر الدورة على المنظمة

- يمكن تعزيز القيمة التسويقية للكيانات الرياضية من خلال:
- زيادة جاذبية العلامة أمام الجماهير والرعاة.
 - تحسين اتساق الرسائل التسويقية المؤسسية.
 - دعم فرص الشراكات والرعاية التجارية.
 - رفع العائد من الأنشطة التسويقية الرياضية.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على:

- صياغة هوية علامة رياضية متماسكة.
- تحليل الجمهور الرياضي بعمق.
- إدارة الحملات التسويقية باحترافية.
- قياس نتائج التسويق بثقة.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين في التسويق الرياضي وإدارة العلامات والاتصال المؤسسي داخل الأندية والاتحادات والمنظمات الرياضية. كما يفيد القيادات المسؤولة عن الرعاية وتطوير الإيرادات.

- مديرو التسويق في المؤسسات الرياضية.
- مسؤولو العلامات التجارية والاتصال.
- فرق الرعاية والشراكات التجارية.
- منسقو الحملات والمحتوى الرياضي.
- القيادات المعنية بتطوير الإيرادات الرياضية.

اليوم الأول: مدخل استراتيجي إلى التسويق الرياضي

- خصائص السوق الرياضي وسلوك الجمهور.
- الفرق بين التسويق الرياضي والتسويق التقليدي.
- مكونات القيمة التجارية في الرياضة.
- دور العلامة في بناء الانتماء الجماهيري.
- تحليل البيئة التنافسية للكيانات الرياضية.

اليوم الثاني: بناء العلامة الرياضية وتموضعها

- مفهوم الهوية والوعود المرتبطة بالعلامة.
- تحديد شخصية العلامة الرياضية ونبرة التواصل.
- صياغة التموضع والقيمة المقترحة.
- إدارة الاتساق البصري واللفظي للعلامة.
- تجنب التشتت في رسائل العلامة الرياضية.

اليوم الثالث: الجمهور وتجربة المشجعين

- تقسيم جماهير الرياضة وفهم دوافعهم.
- تصميم رحلة الجمهور قبل وأثناء وبعد الفعالية.
- بناء علاقات طويلة المدى مع المشجعين.
- استخدام المحتوى لتعزيز الولاء والانتماء.
- إدارة السمعة عند الأزمات أو الأداء المتراجع.

اليوم الرابع: الرعاية والشراكات التجارية

- نماذج الرعاية الرياضية ومصادر القيمة.
- إعداد عروض رعاية جذابة ومقنعة.
- مواءمة الشركاء مع هوية العلامة الرياضية.

- تفعيل الرعاية داخل الفعاليات والمنصات الرقمية.
- قياس عائد الرعاية والشراكات التسويقية.

اليوم الخامس: التسويق الرقمي وقياس الأداء

- استراتيجيات المحتوى الرياضي متعدد القنوات.
- استخدام البيانات في تحسين الحملات التسويقية.
- مؤشرات قياس الوعي والتفاعل والتحويل.
- تطبيق عملي لتصميم حملة تسويق رياضي.
- مراجعة خطة علامة رياضية متكاملة.

course_daily_schedule

ينفذ البرنامج خلال خمسة أيام تدريبية، بواقع أربع ساعات يومياً. يتدرج الجدول من المفاهيم الاستراتيجية للعلامة الرياضية إلى تطبيقات الجمهور والرعاية والتسويق الرقمي، مع أنشطة عملية تساعد المشاركين على بناء خطة تسويق رياضي قابلة للتطبيق.

course_assessment

يعتمد تقييم المشاركين على المشاركة في النقاشات، وتحليل حالات العلامات الرياضية، وتنفيذ تمارين التموضع والرعاية، وإعداد تصور مختصر لحملة تسويق رياضي. يحصل المشاركون الذين يستكملون متطلبات الحضور والمشاركة على شهادة إتمام أو حضور صادرة من AINFCT.

course_key_competencies

- تسويق العلامات الرياضية.

- تحليل الجمهور الرياضي.
- إدارة الرعاية التجارية.
- تصميم الحملات التسويقية.
- قياس الأداء التسويقي.
- إدارة تجربة المشجعين.

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