



وضع وتنفيذ خطط التسويق الإستراتيجية Course

أتلانتس ذا بالم	الفندق :	دبي	المدينة :
2026-12-25	تاريخ النهاية :	2026-12-21	تاريخ البداية :
\$ 3950	السعر :	Week 1	الفترة :

فكرة الدورة التدريبية

لماذا تختار هذه الدورة التدريبية؟ التسويق هو الغراء الذي يربط المؤسسة ببعضها، ويعطيها فهماً لما يريد العملاء، وما الذي يقدروننه وعلى استعداد لدفع ثمنه. ومع تغير احتياجات السوق، والعملاء فإن التسويق يساعد باقي المؤسسة على فهم كيفية التغيير. التسويق الإستراتيجي هو الإطار الشامل الذي يربط أنشطة التسويق باحتياجات الأعمال الأوسع نطاقاً، وفي نفس الوقت يساعد الفرق التشغيلية على التركيز على العملاء. يوفر التسويق فهماً عميقاً للعملاء وكيفية خدمتهم. سيطّور المشاركون على مدار خمسة أيام فهمهم لكيفية وضع خطة تسويق إستراتيجية؛ ويكون بإمكانهم العودة إلى عملهم مع الخطوط العريضة لخطة مصممة خصيصاً لمنظمتهم.

أهداف الدورة التدريبية

من خلال هذه الدورة التدريبية، سيمكن المشاركون من:

- تحديد وجمع وتحليل بيانات الأعمال الخارجية والداخلية لتحديد القضايا والعوامل الرئيسية للنجاح والقدرات المميزة
- استخدام البيانات ووضع الافتراضات والتوصية بالمنتجات والخدمات التي ينبغي لمنظمتهم تقديمها للأسواق الحالية والمحتملة
- تحديد وفصل أولويات العملاء الحالية والمحتملة على أساس أهداف العمل
- تحديد أهداف التسويق للعائدات والأرباح وحجم المبيعات وحصة السوق وسمعة العلامة التجارية
- تطوير جدول ومصفوفة لـ 4 P's - المنتج، السعر، المكان، الترويج - والتي ستخلق إطاراً لأنشطة التسويق
- اختيار أفضل آليات التقييم لإثبات أنشطة التسويق وتقديم أهداف العمل

الفئات المستهدفة

هذه الدورة التدريبية موجهة لـ:

- كبار مسؤولي التسويق ومديري التسويق ونواب رؤساء التسويق
- رؤساء (إدارة المنتجات، تطوير المنتجات، البحث والتحليل، التخطيط، البرامج والحملات، العلاقات العامة، إدارة العلامات التجارية، الشؤون العامة، الإعلان، العلاقات المجتمعية، العلاقات الإعلامية، التوزيع، الرصد والتقييم)
- مدراء نمو الأعمال، مديرو تجارب العملاء، مدراء المبيعات، مدراء إستراتيجيات الأعمال، مدراء الشؤون المالية، مدراء الموارد البشرية.

منهجية الدورة

تعتمد الدورة على منهجية منهجية وتطبيقية لتطبيق التسويق الاستراتيجي، تبدأ بتأسيس المفاهيم التسويقية الأساسية وربط عناصر المزيج التسويقي برؤية المؤسسة وأهدافها. ثم تنتقل إلى تحليل الموقف الحالي من خلال تدقيق الأنشطة التسويقية وجمع البيانات.

واستخدام أدوات التحليل الاستراتيجي لتحديد الفرص والتحديات. وترکز المنهجية على صياغة الاستراتيجية عبر اختيار المواقع التنافسية وتجزئة السوق وبناء شخصيات العملاء، مع ضبط التبؤ والميزانيات والرقابة. كما تغطي تنفيذ تكتيكات المزيج التسويقي وإدارة المنتجات والتسعير والترويج وقنوات التوزيع. وتحتم الدورة بتحويل الاستراتيجية إلى خطة قابلة للتنفيذ من خلال إشراك فرق العمل وصياغة الوثيقة النهائية وضمان جاهزية التنفيذ والدعم المؤسسي.

محاور الدورة

اليوم الأول:

مقدمة عن تخطيط التسويق

- المفاهيم التسويقية الأساسية
- الأقسام الأربع لـ P's: المنتج، والسعر، والترويج، والمكان
- الأطر المفيدة لوضع خطة تسويقية إستراتيجية
- تحديد أهداف التسويق الإستراتيجية: الارتباط برؤية الشركة وأهدافها ومهمتها وأعمالها

اليوم الثاني:

مراجعة الموقف - تحليل الموقف الحالي

- النماذج المختلفة لإجراء تدقيق في حسابات التسويق
- جمع بيانات العملاء والمنتجات
- استخدام تحليل SWOT لتحديد العوامل الداخلية والخارجية الأساسية
- وضع افتراضات استناداً إلى تحليل SWOT
- تحديد الطلب على المنتجات والخدمات
- الاتفاق على النتائج المتوقعة

اليوم الثالث:

صياغة الإستراتيجية

- المناصب الإستراتيجية التنافسية الأربع
- مصفوفة أنسوف "Ansoff's Matrix": تحديد أهداف التسويق الإستراتيجي
- فهم ما يحفّز الجماهير
- عملية تجزئة السوق
- إنشاء وخلق شخصيات المشترين بالنسبة للقطاعات الرئيسية في السوق
- عملية التحكم في التسويق: التبؤ، ووضع الميزانية، والمراقبة



اليوم الرابع:

تنفيذ تكتيكات التسويق "P's 4"

- تطوير منتجات وخدمات جديدة
- إدارة دورة حياة المنتج
- قرارات مجموعة المنتجات: الفئات وخطوط الإنتاج والعلامات التجارية
- قرارات مجموعة الأسعار: التكاليف، والطلب، والأساليب
- قرارات مجموعة العروض الترويجية: الإعلانات والعروض الترويجية وال العلاقات العامة والبيع
- قرارات مجموعة الأماكن: الدفع مقابل السحب، طول القنوات ونوعها

اليوم الخامس:

إنجاز إستراتيجية التسويق

- المشاركة في اختيار فريق يمثل المجالات الرئيسية للشركة لإدخالها في الإستراتيجية
- تنفيذ ورش عمل لضمان تناول إستراتيجية التسويق لتجارب واهتمامات أصحاب المصلحة
- صياغة الوثيقة: عدد ومحظى الصفحات
- توقع سياسات المكتب: الفوز بالدعم في المؤسسة
- التخطيط لبدء التنفيذ والعمل

الشهادات المُعتمدة

عند إتمام هذا البرنامج التدريسي بنجاح، سيتم منح المشاركين شهادة هي بوينت رسمياً، اعترافاً بمعارفهم وكفاءاتهم المثبتة في الموضوع. تُعد هذه الشهادة دليلاً رسمياً على كفاءتهم والتزامهم بالتطوير المهني.