



Course القوة الثلاثية في خدمة العملاء وفن البيع وأسرار التسويق الاستراتيجي

قاعة فندقية

الفندق :

القاهرة

المدينة :

2026-01-15

تاريخ النهاية :

2026-01-11

تاريخ البداية :

\$ 3950

السعر :

Week 1

الفترة :

فكرة الدورة التدريبية

تشير استراتيجية التسويق إلى الحاجة إلى اعتماد ممارسات تسويقية جديدة من أجل تلبية متطلبات فرص الأعمال التجارية في القرن الحادي والعشرين، وذلك من خلال اتخاذ نهج جديد للأعمال يمكن من خلاله تحديد أفضل استراتيجية أو مجموعة من الاستراتيجيات التي من المرجح أن تمكن الشركة أن تأخذ أفضل ميزة من النافذة الاستراتيجية مع ضمان توافر الموارد الكافية لتنفيذ الاختيار الاستراتيجية، كذلك تنفيذ الاستراتيجية المختارة لتحقيق أفضل استفادة من الفرص المقدمة من النافذة الاستراتيجية وتقليل المخاطر التي تشكلها التهديدات، ويتعين على المنظمة مواكبة التطورات في مجالها الخارجي والبيئات الداخلية. كما أن يكون لديها ضمان أن عملية مطابقة بين المهارات والموارد المتاحة حققت الاستفادة القصوى من التطورات والفرص في عمليات التسويق الاستراتيجي.

أهداف الدورة التدريبية

من خلال دورة القوة الثلاثية في خدمة العملاء وفن البيع وأسرار التسويق الاستراتيجي إلى تحقيق الأهداف التالية:

- استخدام دراسات الحالة، تاريخ القضية والأسئلة المثيرة للتفكير حول عمليات التسويق الاستراتيجي.
- تعريف المشاركين الخطوط العريضة لطبيعة عملية إدارة التسويق.
- مساعدة المشاركين على تحديد أنواع ترويج المبيعات وكيفية تطوير برامج المنتجات الجديدة.
- تحليل جميع العوامل البيئية الداخلية والخارجية ذات الصلة في سياق النوافذ الاستراتيجية.
- كيف يمكن للشركة أن تتفاعل مع استراتيجية الأعمال والتسويق.

الفئات المستهدفة

هذه الدورة التدريبية موجهة لـ:

- مدراء وأخصائيو خدمة العملاء.
- موظفو المبيعات والتسويق.
- مدراء تطوير الأعمال.
- العاملون في أقسام التسويق والعلاقات العامة.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الراغبين في تحسين مهارات البيع وخدمة العملاء.

منهجية الدورة

تركز الدورة على تطوير استراتيجيات التسويق من خلال تحليل بيئة الأعمال وتحديد الفرص المتاحة. كما تتناول فهم العميل في السوق

وتطبيق أساليب الاستهداف وتحديد المواقع المناسبة، مع صياغة استراتيجية مزيج التسويق وعمليات التسويق الاستراتيجي. وتستعرض الدورة تأثير المنافسة على السوق وكيفية إدارة النوافذ الاستراتيجية وتطور الأسواق. كما تركز على إغلاق النوافذ الاستراتيجية وفهم طبيعة الاستراتيجية التنافسية والنهج الكلاسيكي في صياغتها. وفي النهاية، يتم التركيز على عملية صياغة استراتيجية تنافسية فعّالة واختيار الاستراتيجية الأمثل لإدارة السوق الاستراتيجية بنجاح.

محاور الدورة

اليوم الأول:

- يشمل المحتوى العملي للدورة على التالي:
- استراتيجية التسويق.
- تحليل بيئة الأعمال.

اليوم الثاني:

- العمل في السوق.
- الاستهداف وتحديد المواقع.
- استراتيجية مزيج التسويق.
- عمليات التسويق الاستراتيجي.

اليوم الثالث:

- برامج تشغيل السوق.
- أثر المنافسة.
- النوافذ الاستراتيجية.
- تطور الأسواق والنوافذ الاستراتيجية.

اليوم الرابع:

- إغلاق النوافذ الاستراتيجية.
- طبيعة الاستراتيجية التنافسية.
- النهج الكلاسيكي في صياغة الاستراتيجية.

اليوم الخامس:

- عملية صياغة استراتيجية تنافسية.
- تحديد الاستراتيجية واختيارها.
- إدارة السوق الاستراتيجية.

الشهادات المُعتمدة

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