



التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

الأخصائي المعتمد في التسويق

Course Introduction

كيف تنمي من حصتك السوقية وتتمكن من الوصول إلى عملاء جدد بكفاءة؟

يظهر هنا التسويق ليشكل حجر الأساس الذي تنطلق منه قدرتك على توعية جمهورك بمزايا المنتج الذي تقدمه، وتتمكن بالتالي من تعزيز مبيعاتك بفعالية، خاصة في ظل التقلب الشديد الذي يمر به عالم الأعمال اليوم، وتطور المنافسة بصورة كبيرة، وهو أمر ترتب عليه ضرورة قيام العاملين في هذا المجال باكتساب الخبرات والمهارات التي تؤهلهم للنجاح وتمكنهم من تحقيق أهداف المؤسسة التسويقية والبيعية

في هذا البرنامج التدريبي المتخصص من "بووست"، نساعد كافة مديري ومشرفي وموظفي أقسام التسويق بمختلف المؤسسات على اكتساب المهارات المطلوبة لتطوير خطط التسويق وتنفيذها بنجاح، بالإضافة إلى إتقان استخدام أحدث استراتيجيات تحليل الأداء التسويقي وتعزيز عملية التواصل مع العملاء بكفاءة، مع التعرف على الأدوات التسويقية التي تسهم في إدارة فعالة لعملية التسويق بمختلف المؤسسات

Target Audience

- الذين يرغبون في تحسين مهاراتهم المعرفية والتقنية في التسويق: **المسوقين الحاليين**.
- مثل المبيعات أو العلاقات العامة الذين يرغبون في: **المتخصصين في مجالات أخرى**.
- اكتساب مهارات تسويقية إضافية

Learning Objectives

- . التعرف على ماهية التسويق وأهميته في تطوير وتعزيز مبيعات المؤسسات .
- . احتراف عملية التخطيط التسويقي المُبدع .
- . التعامل بكفاءة مع استراتيجيات تقسيم السوق واستهداف شرائح العملاء .

- استخدام استراتيجيات التوزيع والتسعير بكفاءة في تطوير العملية التسويقية .
- إتقان تصميم الميزة التنافسية والتطوير المستمر لها .
- إتقان استخدام "المزيج التسويقي" في تطوير التسويق للمؤسسة ومنتجاتها أو خدماتها .
- احتراف عملية التحليل التسويقي واستخدام أحدث الاستراتيجيات والأدوات المتوفرة للقيام بها .
- التعرف على الأخطاء الشائعة أثناء تطوير خطة التسويق .

Course Outline

• DAY 01

مبادئ وأساسيات التسويق

- أهداف التسويق الناجح
- العلاقة بين التسويق والبيع
- تطوير المزيج التسويقي الفعال

• Day 02

أهمية التحليل التسويقي في تطوير خطة التسويق الفعالة

- تحليل سلوكيات شراء العملاء المستهدفين
- تحليل احتياجات العملاء
- تحليل استراتيجيات التوزيع والتسعير
- SWOT، تحليل Pestle، أبرز أدوات التحليل التسويقي: "تحليل

تحديد دورة حياة المنتج

- بناء وتطوير الميزة التنافسية للمنتج
- الاستراتيجيات الفعالة لتقسيم السوق
- استهداف شرائح العملاء الأكثر احتياجًا للمنتج بدقة
- القوى التنافسية الخمس لمايكل بورتر

• Day 03

خطوات إعداد خطط التسويق والحملات الإعلانية الناجحة

- تحديد أهداف خطط التسويق والحملات الإعلانية
- كيفية تحديد ميزانية خطط التسويق والحملات الإعلانية
- كيفية اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة لعرض الحملات الترويجية
- الابتكار والإبداع في تطوير وتنفيذ الخطة التسويقية
- أخطاء شائعة يجب تجنبها أثناء تصميم الخطط التسويقية

"أسرار نجاح الخطط التسويقية المُبدعة" دراسة حالة

- كيفية إجراء البحوث التسويقية
- استراتيجيات قياس أداء الخطط والحملات التسويقية
- تجميع وتحليل البيانات التسويقية لدعم عملية اتخاذ القرار
- إجراء استطلاعات الرأي

Confirmed Sessions

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
June 16, 2025	June 18, 2025	3 days	1550.00 \$	Virtual - Online
Aug. 25, 2025	Aug. 27, 2025	3 days	3250.00 \$	UAE - Dubai
Dec. 29, 2025	Dec. 31, 2025	3 days	3950.00 \$	England - London