



التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

**مهارات الإعلام الرقمي وشبكات التواصل
الإجتماعي والمسؤولية المجتمعية**

Course Introduction

مهارات الإعلام الرقمي

أصبح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أحد الأدوات المتوفرة لدى الجميع لنشر المعلومات وتداولها وتسويق المنتجات وتحقيق المبيعات وتعظيم العوائد الإعلانية عبر شبكة الإنترنت في زمن ثورة المعلومات واجتياح الشبكات الاجتماعية للعديد من شؤون حياة الفرد والأسرة. وأصبح تأثير المحتوى في هذه الشبكات والقنوات مباشرا وسريع الوصول ضمن أسلوب الانتشار التراكمي الذي يحتم على جميع الشركات وقطاع الشباب والتطوير والإقتصاد اكتساب مهارات إضافية بإدارة قنواتها ضمن معايير عالية ودقة وتوقيت مدروس ومحتوى متخصص، حيث لا يزال هناك فرصة أكبر لتوظيف الكثير من الأدوات والقنوات المتاحة لتحقيق الأهداف الاستراتيجية، إضافة إلى وجود شريحة كبيرة من مدراء حسابات وقنوات التواصل الاجتماعي ممن يتعاملون بطرق واستراتيجيات تحتاج لمزيد من الاحترافية الذي أدى بدوره إلى إفراغها من قيمتها وقدرتها الفعلية التأثيرية الحقيقية.

Target Audience

- مشرفو حملات العلاقات العامة والتسويق والترويج
- مدراء ومشرفو التسويق الرقمي والشبكات الاجتماعية
- متخصصو التسويق والإعلام والعلاقات العامة
- أصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة و رواد الأعمال

Learning Objectives

تعريف المشاركين بكيفية بناء وإدارة قنوات تواصل إجتماعى متعددة لإدارة الأعمال والتواصل مع العملاء الحاليين والجدد وتعزيز العلاقات معهم من خلال نشر وإيصال المعلومات عن منتجات الشركة وميزاتها للشريحة المستهدفة ومتابعة التفاعل معهم وصولا إلى المحافظة على العملاء الحاليين وتحويل الجدد منهم إلى زبائن فعليين واكتساب مهارات استخدام الأدوات اللازمة للتطوير لتنمية

الحصة السوقية للشركة وتحقيق الانتشار الافتراضي ورفع مستوى التفاعل للقنوات والحسابات الحالية. كما تهدف الدورة إلى

ستمثل هذه الدورة محورا هاما بمهنية المشرفين والمسؤولين عن إنشاء وإدارة ومتابعة شبكات وقنوات التواصل الاجتماعي المختلفة لما تحتويه من معلومات وعرض لتجارب عملية لأبرز آليات التواصل والتفاعل الاجتماعي لكثير من المتخصصين وإستعراض لأبرز الأمثلة الناجحة في التسويق إقليمي وعالميا وعرضها بطريقة ملهمة ومحفزة بسلاسة تتناسب مع مستويات المشاركين

Course Outline

• DAY 01

:تعريف بأنواع الشبكات الالكترونية وطبيعتها وخصائصها

- التي تشمل على قنوات التواصل والمدونات ومواقع المحادثة الإلكترونية (الدردشة) والمنتديات.
- إنشاء قنوات التواصل الاجتماعي
- شرح عام وعرض عينات لإنشاء شبكات وقنوات ضمن سياق صحيح وعرض أمثلة للتواجد الناجح لبعض الشركات العالمية على الشبكات الاجتماعية

:تأسيس أقسام إدارة الشبكات الاجتماعية المؤسسية

- تفصيل حول أفضل الهيكليات لتأسيسي وإدارة فريق متخصص من مشرفي الشبكات الاجتماعية وماهية المهارات المتطلب وجودها لدى أفراد الكادر وآلية قياس نتائج جهودهم
- المحتوى الإلكتروني للشبكات الاجتماعية
- طرح عام لأنواع المحتوى اللازم للمشاركة مع المتابعين و ماهية المحتوى الرقمي الذكي الخاصة بمحركات البحث و طريقة نشره على شبكة SEO والمؤثر مع شرح لتقنيات ال الإنترنت و عبر وسائل التواصل الاجتماعي وشرح عن آلية الصياغة و العنونة

:التسويق عبر الشبكات التواصل الاجتماعية

- عرض لخطط مجربة مسبقا تساهم برفع إمكانيات التخطيط إستراتيجيا لإطلاق حملات إعلامية و إعلانية عبر قنوات وحسابات المؤسسة التي يعمل بها متخصص التسويق

• Day 02

:استخدام الشبكات الاجتماعية في زيادة مستوى زوار الموقع

- شرح عن أساسيات تحويل المتابعين عبر شبكات التواصل الإجتماعي إلى عملاء وزبائن فعليين.
- آلية النشر لتعزيز العلاقات العامة مع المتابعين
- عرض عينات لأساليب النشر وتوقيتها ومستوى قياس نسبة التفاعل على المواد و المحتوى المنشور وطرق التواصل و التحوير مع المتابعين بشكل إفتراضي ذكي يمنح الشركة ومنتجاتها فرصة انتشار أكثر و برفع مستوى ولاء عملاءها
- طرق ربط و تكامل الشبكات الاجتماعية لزيادة التأثير و التواصل
- طريقة دمج القنوات الاجتماعية للشركة واستعراض الأخطاء الشائعة في هذا السياق لضمان زيادة حجم الانتشار بشكل منتظم عبر كافة القنوات التي تقوم المؤسسة باستخدامها.

• Day 03

:عقد الشراكات الاستراتيجية في عالم شبكات التواصل الاجتماعي

- عرض لمجموعة من الأفكار والأساليب لجذب عدد أكبر من الداعمين والشركاء الاستراتيجيين لإطلاق أي قناة جديدة أو الإعلان عن مبادرة أو مشروع جديد لتحقيق نتائج سريعة وبناء البنية الأساسية لقاعدة العملاء وتحويلهم إلى سفراء لنشر المحتوى بأسلوب تراكمي منذ الإطلاق
- أدوات وتقنيات الرصد والمتابعة وتقييم الأداء
- عرض لأهم الأدوات التقنية والخدمات السحابية لجدولة الأعمال على صفحات وقنوات التواصل وعمل تقارير تفصيلية للإدارة عن الجهود ومستوى التأثير ومدى تفاعل المتابعين وتأثيرها عليهم

• Day 04

:حلول لمشاكل إدارة الشبكات الاجتماعية

- حوار مفتوح لمعرفة واقع المشاكل الذي يواجهه المتدربون في إدارة شبكات التواصل الاجتماعي وقنواته لمشاركة واقعية بين المتدربين وطرح الحلول المبتكرة لتفادي الخطأ والضرر والتقليل منه .
- كيفية قياس أثر الحملات التسويقية وتأثيرها علي المسؤولية المجتمعية .
- الربط بين المسؤولية المجتمعية والحملات التسويقية والإعلام .

Confirmed Sessions

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
May 19, 2025	May 22, 2025	4 days	4250.00 \$	UAE - Dubai
July 27, 2025	July 30, 2025	4 days	4250.00 \$	UAE - Abu Dhabi
Dec. 29, 2025	Jan. 1, 2026	4 days	4250.00 \$	UAE - Dubai