BOOST
THE LEADING TRAINING PROVIDER

التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

CMCM مدير الاتصال التسويقي المعتمد

Course Introduction

لا يمكن البيع، دون التواصل مع العملاء، وعلى هذا الأساس ظهر مصطلح الاتصال التسويقي أو Marketing Communication، فلكي يتعرف الناس على المنتجات والخدمات الخاصة بك، لا بد أن تكون على تواصل دائم بهم، وفي عالمنا المعاصر توجد العديد من التقنيات والوسائل التي تسهل هذا الأمر.

شهادة مدير الاتصال التسويقي المعتمد (CMCM) هي شهادة احترافية مصممم لتقييم والتحقق من المعارف والمهارات لدى مديري الاتصالات التسويقية، ونساعدك على الحصول عليها بكفاءة، عبر هذا البرنامج التدريبي المتكامل.

Target Audience

- مديرو التسويق في المؤسسات.
- المسؤولون عن إدارة العلامة التجارية.
- كل محترف يعمل في مجال التسويق ويرغب في تطوير مهاراته في قيادة الاتصال التسويقي.

Learning Objectives

- فهم وتطبيق استراتيجيات التسويق الفعالة.
- إتقان تحليل السوق وتحديد فرص التسويق.
- تطوير استراتيجيات تسويق شاملة تناسب مختلف الأهداف.
- تصميم خطط تسعير تنافسية تجذب العملاء.
- تحليل سلوك المستهلك وفهم احتياجاته.
- تطبيق مبادئ العلاقات العامة لتعزيز الصورة العامة للمؤسسة.
- إدارة وتطوير المنتجات بنجاح.
- بناء علاقات إيجابية مع العملاء.
- فهم القوانين واللوائح الدولية المتعلقة بالتسويق وضمان الالتزام بها.

Course Outline

- **DAY 01**

  أساسيات التسويق:

  - مفهوم التسويق وأهميته.
  - ماهي أهداف الاتصال التسويقي؟
  - أنواع استراتيجيات التسويق.
  - الاتجاهات الحديثة في مجال التسويق الرقمي.
  - أهمية جودة المنتجات في المبيعات والتسويق.
  - استراتيجيات إدارة دورة حياة المنتج وتطوير منتجات جديدة.
  - استخدام أدوات تحليل البيانات لقياس نجاح الحملات التسويقية.
  - دراسة حالات.
  - تطبيق عملي.
- **Day 02**

  تحليل السوق وسلوك المستهلك:

  - أسس علم النفس التسويقي.
  - استراتيجيات تحليل سلوك المستهلك.

- إجراء أبحاث السوق واستطلاعات الرأي.
- تحليل البيانات الكمية وتفسير نتائج الأبحاث.
- إتقان تحديد الأسواق المستهدفة.
- استراتيجية تجزئة السوق.

تحديد قنوات التسويق:

- استراتيجيات الإعلان والترويج الفعالة.
- تحديد قنوات التسويق المناسبة للجمهور المستهدف.
- استراتيجيات إدارة العلاقات العامة وبناء سمعة إيجابية.
- تطوير برنامج فعال لتطوير تجربة العملاء.
- آليات تحقيق رضا العملاء.

• **Day 03**

التميز في تسعير المنتجات:

- استخدام التسعير الفعال في التخطيط الناجح للتسويق.
- خطوات التخطيط لتسعير الخدمات والمنتجات.
- تحليل التكاليف الثابتة والمتغيرة.
- تحديد نقطة التعادل (Breakeven point).
- تحليل العوامل المؤثرة على تغيرات الأسعار بالسوق المستهدف.
- استخدام نتائج التحليلات في اختيار الأسلوب المناسب للتسعير.

استراتيجيات التسعير المختلفة:

- التسعير القائم على اختراق السوق.
- التسعير القائم على أساس القيمة.
- التسعير المرتفع والمنخفض والفارق بينهما.
- التسعير النفسي.
- مقياس المرونة السعرية للطلب.
- استراتيجيات التسعير الجغرافي.
- استراتيجيات تسعير المنتج الثانوي.
- استراتيجيات التسعير بالعرف.
- إدارة مخاطر التسعير.
- دراسة حالات.
- تطبيق عملي.

تشريعات وقوانين التسويق الحديث:

- القوانين واللوائح الدولية المتعلقة بالتسويق.
- القوانين المتعلقة بالملكية الفكرية والإعلان.

Confirmed Sessions

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
Aug. 25, 2025	Aug. 27, 2025	3 days	3250.00 $	UAE - Abu Dhabi
Dec. 22, 2025	Dec. 24, 2025	3 days	3250.00 $	UAE - Dubai