



التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

تسويق الخدمات الرقمية والابتكار

Course Introduction

لم يعد التسويق يقتصر على المنتجات المادية، بل أصبحت الخدمات الرقمية تشكل النسبة الأكبر من الابتكارات الحالية، مما يتطلب استراتيجيات جديدة تواكب السرعة، التفاعل، والتخصيص.

على التعرف على أدوات تسويق الخدمات الرقمية، بدءًا "ببوست" يركز هذا البرنامج التدريبي من تصميم القيمة وحتى إدارة تجربة المستخدم الرقمي، باستخدام أدوات تحليلية وإبداعية تضمن جذب العملاء وتحقيق النمو المستدام.

Target Audience

- محترفو التسويق في الشركات الخدمية والتقنية.
- رواد الأعمال.

Learning Objectives

- فهم خصائص الخدمات الرقمية وسلوك المستخدم الرقمي.
- تصميم عروض قيمة مخصصة للخدمات غير الملموسة.
- تطوير استراتيجيات تسويق رقمية ديناميكية ومبنية على التجربة.
- استخدام المحتوى والبيانات والابتكار لتسويق الخدمات الرقمية.
- إتقان تتبع الأداء وتحسين مؤشرات النجاح.
- دمج التحليل السلوكي مع تصميم الرسائل التسويقية.
- تطوير خطط نمو تسويقية لخدمات رقمية مختلفة.

Course Outline

• DAY 01

طبيعة الخدمات الرقمية وسلوك العميل الرقمي

- ما الفرق بين تسويق المنتج والخدمة الرقمية؟
- خصائص الخدمات الرقمية.
- مراحل تبني الخدمات الرقمية من العميل.
- التحديات الشائعة في تسويق الخدمات الافتراضية.
- سلوك العميل الرقمي: السرعة – المقارنة – التخصيص – رد الفعل.
- تطبيق عملي: تحليل تجربة خدمة رقمية من منظور المستخدم.

تصميم عرض القيمة للخدمة الرقمية

- للخدمة الرقمية؟ (Value Proposition) ما هو عرض القيمة
- تربط بين الألم والحل Value Map بناء
- صياغة عرض فريد وواضح ومقنع.
- تبسيط المفهوم التقني وإبرازه من منظور القيمة.
- تطبيق عملي.

• Day 02

بناء الهوية التسويقية للخدمة الرقمية

- كيف تؤسس هوية لخدمة رقمية؟
- عناصر الهوية الرقمية.
- التناسق بين الرسائل المكتوبة والتصميم البصري.
- توظيف الابتكار في بناء الهوية.
- تطبيق عملي: تصميم هوية مبدئية لخدمة تعليمية رقمية.

(Acquisition) استراتيجيات جذب العملاء الرقميين

- القنوات الرقمية المناسبة.
- محتوى الجذب: مقالات، فيديوهات، مراجعات، دليل الاستخدام.

- نماذج الاشتراك المجاني والتجربة الأولية.
- لصفحات الهبوط والإعلانات A/B اختبار.
- تطبيق عملي.

• Day 03

في الخدمات الرقمية Conversion التفاعل والتحويل

- تصميم صفحات الهبوط القادرة على الإقناع.
- هندسة الرحلة الرقمية لتوجيه العميل نحو الإجراء.
- (Onboarding – Nudges) تحسين الرسائل داخل التطبيق.
- CRO تقنيات رفع معدل التحويل.
- تطبيق عملي: تحليل معدل التحويل لخدمة افتراضية واقتراح تحسينات.

أدوات التخصيص والذكاء الاصطناعي في تسويق الخدمات

- تخصيص المحتوى حسب البيانات السلوكية.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في التوصيات داخل الخدمات الرقمية.
- تصميم رسائل بريد/تنبيهات حسب سلوك المستخدم.
- تسويق الخدمة كحل شخصي.
- تطبيق عملي: بناء سيناريو حملة مخصصة حسب التفاعل الفعلي للمستخدم.

• Day 04

تسويق التفاعل والاحتفاظ:

- ما بعد الاكتساب: كيف نحافظ على المستخدم؟
- تصميم تجارب مكررة تشجع على العودة.
- والتحديات الرقمية (Gamification) استخدام التلعيب.
- برامج الإحالة والمكافآت الرقمية.
- تطبيق عملي.

تطوير المحتوى الفعال للخدمات الرقمية

- أنواع المحتوى الفعال: تعليمي – توجيهي – محفز – قصصي.
- كتابة نصوص مخصصة للخدمات الرقمية.
- تصوير الخدمة الرقمية بصريًا.
- بناء تسلسل محتوى يواكب دورة الاستخدام.

- تطبيق عملي: إعداد محتوى بريدي تفاعلي لسلسلة ترحيب جديدة ◦
- Day 05

قياس الأداء وتحسين استراتيجية تسويق الخدمات

- أهم مؤشرات الأداء.
- أبرز أدوات القياس.
- تحويل البيانات إلى تحسينات عملية.
- مراجعة الأداء أسبوعيًا وشهريًا وتعديل الاستراتيجية.
- تطبيق عملي: تحليل بيانات حملة وتطوير اقتراحات للتحسين.
- المشروع النهائي: تطوير خطة تسويق شاملة لخدمة رقمية.

Confirmed Sessions

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
July 14, 2025	July 18, 2025	5 days	4250.00 \$	UAE - Dubai
Dec. 15, 2025	Dec. 19, 2025	5 days	4250.00 \$	UAE - Abu Dhabi