



التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

تسويق التكنولوجيا والابتكار

Course Introduction

تسويق المنتجات والخدمات التكنولوجية يختلف عن أي نوع تسويق آخر، فهو يحتاج إلى تبسيط التعقيد، بناء الثقة، إظهار القيمة المستقبلية، وقيادة التغيير في سلوك السوق.

إلى تمكين المشاركين من التعرف على "بوست" من هنا، يسعى هذا البرنامج التدريبي المقدم من على أدوات واستراتيجيات تسويق الابتكار، وطرق تحويل التقنية إلى رسالة قابلة للفهم والإقناع بشكل فعال.

Target Audience

- محترفو التسويق في الشركات التكنولوجية أو الناشئة.
- مطورو المنتجات التقنية.
- رواد الأعمال الذين يعملون على حلول ابتكارية.
- فرق الابتكار داخل الشركات التي تطور منتجات جديدة للسوق.

Learning Objectives

- فهم خصائص التسويق التكنولوجي والفرق بينه وبين التسويق التقليدي.
- تحديد الأسواق المستهدفة للمنتجات المبتكرة.
- تبسيط الرسائل التقنية لتناسب مع الجمهور العام أو المهني.
- قيادة اعتماد المنتج من خلال مراحل دورة الابتكار.
- استخدام قنوات التسويق الرقمي بذكاء لدعم التبني والانتشار.
- تصميم خطة تسويقية كاملة لمنتج أو خدمة تكنولوجية.

Course Outline

• DAY 01

مدخل إلى تسويق الابتكار والتكنولوجيا

- ما هو تسويق الابتكار؟ ولماذا يختلف؟
- دورة حياة التكنولوجيا ودورة اعتماد الابتكار.
- أنواع المنتجات التقنية.
- وتحديات الدخول إلى السوق (Crossing the Chasm) نموذج.
- فهم عقلية المستخدم المبتكر.
- التحديات الشائعة في تسويق التقنية.
- تطبيق عملي: تحليل حملة تسويقية تقنية ناجحة وفاشلة.

تحليل السوق واكتشاف العملاء الأوائل

- وسماتهم ودورهم في نقل الابتكار ، (Early Adopters) "تعريف" العملاء المتبنين الأوائل.
- تحليل السوق القابل للتوسع.
- بناء ملف عميل مستهدف.
- استخدام أدوات التحليل الرقمي لفهم الاهتمام.
- تطبيق عملي: تصميم أول شريحة جمهور لمنتج تكنولوجي.

• Day 02

مدخل إلى تسويق الابتكار والتكنولوجيا

- ما هو تسويق الابتكار؟ ولماذا يختلف؟
- دورة حياة التكنولوجيا ودورة اعتماد الابتكار.
- أنواع المنتجات التقنية.
- وتحديات الدخول إلى السوق (Crossing the Chasm) نموذج.
- فهم عقلية المستخدم المبتكر.
- التحديات الشائعة في تسويق التقنية.
- تطبيق عملي: تحليل حملة تسويقية تقنية ناجحة وفاشلة.

تحليل السوق واكتشاف العملاء الأوائل

- وسماتهم ودورهم في نقل الابتكار ، (Early Adopters) "تعريف "العملاء المتبنين الأوائل
- تحليل السوق القابل للتوسع
- بناء ملف عميل مستهدف
- استخدام أدوات التحليل الرقمي لفهم الاهتمام
- تطبيق عملي: تصميم أول شريحة جمهور لمنتج تكنولوجي

• Day 03

تصميم الموقع وصفحة الهبوط للمنتج التقني

- أدوات بناء صفحات الهبوط
- كيفية تقديم التقنية على الصفحة الأولى
- أهم العناصر في صفحة منتج تقني: (المشكلة – الحل – التجربة – السعر)
- عرض المزايا التقنية دون إفراط
- تضمين الفيديوهات التوضيحية والشهادات
- ورشة تطبيقية: تصميم مخطط صفحة منتج تكنولوجي

التسعير والتجربة المجانية في تسويق التكنولوجيا

- النماذج المختلفة لتسعير المنتجات التقنية
- أهمية التجربة المجانية ومتى تستخدم
- تحسين معدل التحويل من المجاني إلى المدفوع
- قياس استخدام المستخدم خلال التجربة
- إعداد آليات المتابعة بعد التجربة
- تطبيق عملي: تصميم عرض مجاني مقنع

• Day 04

التسويق الرقمي لمنتجات الابتكار

- القنوات الأنسب للمنتجات التقنية
- استراتيجيات تطوير الحملات التسويقية المناسبة للمنتجات التقنية
- الترويج عبر الشراكات والمجتمعات الرقمية التقنية
- إدارة المحتوى عبر المدونات والنشرات
- استخدام الذكاء الاصطناعي في تخصيص المحتوى
- تطبيق عملي: إعداد خطة نشر رقمي لمنتج تقني

المبيعات التقنية والتسويق القائم على القيمة

- مفهوم "البيع الاستشاري" في المنتجات التقنية.
 - تجهيز فريق التسويق بالمصطلحات والسياقات الصحيحة.
 - العمل مع فرق المبيعات والتطوير بالتوازي.
 - شرح القيمة مقابل الحل التقني.
 - بناء ملفات عروض فنية تسويقية.
 - تطبيق عملي: تصميم عرض تقديمي مخصص.
- Day 05

قياس الأداء والتوسع المرحلي

- مؤشرات النجاح في تسويق التكنولوجيا.
- تتبع الأداء حسب مراحل التبني.
- متابعة الاستخدام وتكرار الاستخدام كدليل نجاح.
- تقييم قنوات التوزيع والتوسع الجغرافي.
- (Growth Plan) تطوير خطة نمو تدريجية.
- المشروع النهائي: تطوير خطة تسويق متكاملة لمنتج تقني.
- اختيار منتج تقني (واقعي أو افتراضي).

Confirmed Sessions

FROM	TO	DURATION	FEES	LOCATION
May 26, 2025	May 30, 2025	5 days	4250.00 \$	UAE - Dubai
Sept. 8, 2025	Sept. 12, 2025	5 days	4950.00 \$	Turkey - Antalya
Nov. 9, 2025	Nov. 13, 2025	5 days	4250.00 \$	KSA - Riyadh