



التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

إعداد خطط التسويق المؤسسية

Course Introduction

ومن هنا فقد تم تصميم هذا البرنامج التدريبي ، **"الهدف بدون خطة هو مجرد أمنية"** يُقال أن لتمكين المشاركين من الوصول إلى الأهداف التسويقية للمؤسسة عبر تمكينهم من إعداد وتصميم الخطة التسويقية المتكاملة والفعالة، والتي تقودهم نحو تعزيز الوعي بمنتجاتهم والوصول إلى عملاء جدد وكذلك بناء علاقة طويلة المدى مع العملاء الحاليين، وبالتالي تطوير فرصهم البيعية بكفاءة.

Target Audience

- مديرو أقسام التسويق في المؤسسات.
- مسؤولو تطوير الأعمال.
- محترفو التسويق الذين يرغبون في تعزيز قدرتهم على تطوير خطط التسويق الفعالة.

Learning Objectives

- التعرف على أهمية الخطة التسويقية في تطوير وتعزيز العملية الترويجية للمنتج وتطوير مبيعات المؤسسات.
- التعرف على الاستراتيجيات التسويقية المختلفة وأهمية التنوع بينها داخل الخطة التسويقية المتكاملة.
- التعرف على استراتيجيات التخطيط للتسويق الناجحة والفاشلة.
- احتراف عملية التخطيط التسويقي المُبدع القائم على التحليل المتكامل.
- إتقان صياغة أهداف فعالة لخطة التسويق.
- إتقان تحليل المنافسة، وتحليل احتياجات وسلوكيات شراء العملاء.
- تحديد نقاط القوة والضعف في الخدمة أو المنتج المقدم، وتحديد الفجوات المتواجدة في تلبية احتياجات العميل.
- التعرف على أبرز آليات تطوير الأفكار المبدعة للتسويق.
- التحديد الدقيق للشرائح المستهدفة لخطة التسويق.
- إتقان تطوير الحملات التسويقية الموجهة.
- تحديد ميزانية الحملات التسويقية.

- تقييم أداء الحملات التسويقية.
- تطوير الاستراتيجيات التسويقية لتناسب مع تقديم تجربة عملاء مثالية على المدى البعيد.

Course Outline

• DAY 01

مدخل إلى التخطيط التسويقي

- مبادئ وأهداف الخطة التسويقية الناجحة.
- أهمية الخطة التسويقية في تطوير العملية الترويجية للمؤسسة والمنتجات أو الخدمات التي تقدمها.
- أهمية التعاون مع الأقسام الأخرى في تطوير الخطة التسويقية المُبدعة "العصف الذهني".
- الاستراتيجيات التسويقية المختلفة وأهمية التنوع بينها داخل الخطة التسويقية المتكاملة.
- "نظرة عامة على استراتيجيات التخطيط للتسويق الناجحة والفاشلة" دراسة حالة.
- ماهي خطوات تطوير خطة التسويق متكاملة الأركان؟

كيف تصمم خطة التسويق المناسبة؟

- ماهي المصفوفة التسويقية وماهي عناصرها؟
- فوائد التخطيط لإدارة التسويق.
- الخطوة الأولى: صياغة أهداف فعالة لخطة التسويق.
- الخطوة الثانية: التحليل التسويقي:
- التحليل الداخلي والخارجي لوضع المؤسسة.
- تحليل المنافسة.
- تحليل احتياجات وسلوكيات شراء العملاء.
- القوى التنافسية، SWOT تحليل، Pestle استخدام أبرز أدوات التحليل التسويقي: "تحليل الخمس لمايكل بورتر".
- تحليل استراتيجية الإنتاج الحالية.
- تحليل استراتيجية التسعير والتوزيع.

• Day 02

استكمال تصميم خطة التسويق المناسبة:

- الخطوة الثالثة: كيف تكون مبتكرًا في تصميم خطة التسويق؟
- تحديد نقاط القوة والضعف في الخدمة أو المنتج المقدم.
- تحديد الفجوات المتواجدة في تلبية احتياجات العميل.
- "كيف تتغلب على مشكلات التسويق الحالية بالإبداع؟" دراسة حالات
- نظرة عامة على أبرز آليات تطوير الأفكار المبدعة للتسويق
- الخطوة الرابعة: كيف تُبدع في تنفيذ خطة التسويق؟
- التحديد الدقيق للشرائح المستهدفة.
- اختيار وسيلة التسويق المناسبة.
- تطوير الحملات التسويقية الموجهة.
- "AIDA" مفهوم
- التخطيط للمحتوى.
- تطوير محتوى الفيديو المناسب.
- "Email Marketing" تطوير استراتيجية التسويق بالبريد الإلكتروني
- تحديد ميزانية الحملات التسويقية.
- تقييم أداء الحملات التسويقية.
- تطبيق عملي متكامل.

• Day 03

قياس أداء خطة التسويق وبناء علاقة طويلة المدى مع العملاء

- قياس أداء العلامة التجارية داخل المؤسسات.
- "كيف تتأكد من تلبية خطة التسويق لاحتياجات ومتطلبات العملاء؟" أبرز المنهجيات
- إدارة توقعات العملاء
- كيف تجعل خطتك التسويقية أكثر مرونة مع المتطلبات المتغيرة للعملاء؟
- وضع مؤشرات الأداء لخطة التسويق
- تطوير الاستراتيجيات التسويقية لتناسب مع تقديم تجربة عملاء مثالية على المدى البعيد.
- تطبيق عملي متكامل.

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