

€ TRAINING

تسويق البترول الدولي

30 يونيو - 4 يوليو 2025
ميونخ (ألمانيا)



تسويق البترول الدولي

رمز الدورة: V648 تاريخ الإ انعقاد: 30 يونيو - 4 يوليو 2025 دولة الإ انعقاد: ميونخ (ألمانيا) - التكلفة: 5300 يورو

مقدمة البرنامج التدريبي:

يتناول هذا البرنامج تغطية شاملة لاستراتيجيات التسويق في قطاع البترول. مستعرضًا الاستراتيجيات والتحديات الرئيسية، حيث سيتعلم المشاركون كيفية نشر الممارسات التسويقية الفعالة لزيادة الفعالية وتحسين الأداء في هذا القطاع الحيوي. من خلال دراسة معمقة للأساليب التقليدية والحديثة، سيكتسب المشاركون القدرة على تطبيق مفاهيم التسويق بشكل استراتيجي ومبتكر.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- وضع وتنفيذ استراتيجية تسويق كاملة المواصفات لقطاع البترول.
- فهم العوامل الاقتصادية المؤثرة في سوق البترول العالمية.
- استخدام مجموعة من أدوات التسويق لتوصيل رسالة مقنعة
- التعرف على كيفية عمل وسائل الإعلام.
- اكتساب ميزة تنافسية في سوق البترول والنفط والغاز سريع التطور.

الفئات المستهدفة:

- مديرو التسويق في شركات البترول.
- المهندسون البتروليون المهتمون بجانب التسويق.
- محللو السوق في صناعة الطاقة.
- موظفو البيع والتوزيع في شركات البترول.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

قطاع البترول "نظرة عامة على التسويق":

- أساسيات تسويق المنتجات البترولية بما في ذلك ديناميكيات السوق وقنوات التوزيع.
- نظرة عامة على تسويق البترول "المشاركون الرئيسيون والبنى التحتية".
- المنتجات التي يتم تسويقها بشكل عام والقضايا والتحديات التي تؤثر عليها.
- من يقوم بالتسويق وتحديد رسالتك وشرائح العملاء واحتياجاتهم وتوقعاتهم.
- دور العلامات التجارية الفعالة في قطاع البترول.
- عمليات الأعمال الرئيسية المشاركة في تسويق المنتجات البترولية لمختلف العملاء وأصحاب المصلحة.

الوحدة الثانية:

تسويق التجزئة والجملة في قطاع البترول:

- كيف يقوم تجار التجزئة بتسويق المنتجات البترولية المختلفة لعملائهم.
- نموذج "AIDA" فيما يتعلق بقطاع البترول.
- تنقيح وإبراز عوامل التمييز الرئيسية لعلامتك التجارية.
- مدى أهمية التقسيم وتحديد المواقع لنجاح تسويق قطاع البترول.

- التسويق بالجملة "كيفية تسويق الشركات بكميات كبيرة بما في ذلك للموزعين وإعادة البيع".
- تحليل النقل "B2C & B2B" ، القطاعات المحلية والصناعية والتجارية والمتعددة الجنسيات.
- كيف يتم منافسة المنتج في سوق البترول.

الوحدة الثالثة:

مطابقة تسويق قطاع البترول مع الاقتصاد الجزئي والكلّي:

- بيئة الاقتصاد الكلي "لماذا يهتم قطاع البترول".
- الطلب العالمي والتسعير للمنتجات البترولية.
- كيفية تحليل السوق وتقييم تأثير الاتجاهات على التنمية المستقبلية.
- إجراء تحليل "PESTEL" - كيف ولماذا من السوق الخاص بك.
- كيف يتم تأسيس أسواق النفط الخام والبترول على المستويين العالمي والإقليمي.
- كيف تؤثر منظمات مثل "أوبك" على أسواق إنتاج البترول حول العالم.
- تمايز المنتج والخدمة والمنفعة الجديدة "حيث يتم جني الأرباح في القطاع".

الوحدة الرابعة:

صعود التسويق الرقمي في قطاع البترول:

- التسويق الرقمي "تعريف وشرح محدد لقطاع البترول".
- كيفية استخدام الرقمية والتقليدية في حملة متكاملة لقطاع البترول.
- دمج منصات الوسائط الاجتماعية المختلفة الخاصة بك لتعظيم الوصول عبر قطاع البترول.
- التعامل مع شكاوى العملاء والموردين وغيرهم من أصحاب المصلحة في الصناعة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- زيادة المشاهدات وإبداعات الإعجاب والنقرات عبر مختلف المنصات الرقمية.
- متى يتم الإعلان على وسائل التواصل الاجتماعي "كيفية الوصول إلى حسابات النفط والغاز والبترول الرئيسية عبر قنوات جديدة".
- استخدام تقنيات البريد الإلكتروني لإنشاء قنوات ذات صلة بالصناعة.
- قياس الأثر الرقمي والبصمة.
- تطوير استراتيجية رقمية كاملة في قطاع البترول.

الوحدة الخامسة:

وضع خطتك موضع التنفيذ:

- ماذا تفعل إذا سارت الأمور بشكل خاطئ "كيفية التعامل مع أزمة داخل قطاع البترول".
- أهمية التواصل مع الصحفيين وقادة الفكر.
- التخطيط للمستقبل "تنفيذ استراتيجيتك الخاصة بالنفط والغاز".
- وسائط البث مقابل المطبوعات مقابل الإنترنت "تكامل التغطية الخاصة بك".
- إظهار القيمة والعائد على الاستثمار في قطاع البترول.
- أهمية الاتصالات الداخلية "فائدة إخبار زملائك".