

€ TRAINING

تطوير العلامة التجارية واستراتيجيات حملات العملاء

27 إبريل - 1 مايو 2025
دبي (الإمارات العربية المتحدة)



تطوير العلامة التجارية واستراتيجيات حملات العملاء

رمز الدورة: B1331 تاريخ الإنعقاد: 27 إبريل - 1 مايو 2025 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - التكلفة: 4400 يورو

مقدمة البرنامج التدريبي:

يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والأدوات اللازمة لتحسين العلامة التجارية وتنفيذ حملات تسويقية مؤثرة. سيكتسب المشاركون من خلاله فهماً عميقاً حول كيفية تعزيز هوية العلامة التجارية واستراتيجيات الحملات التي تجذب وتحفظ بالعملاء، حيث يعتبر تطوير العلامة التجارية وبناء استراتيجيات فعالة لحملات العملاء من العوامل الأساسية لتحقيق النجاح والنمو المستدام.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- اكتساب مفاهيم تطوير العلامة التجارية وأهمية الهوية العلامية.
- تعلم كيفية تصميم استراتيجيات حملات العملاء الفعالة.
- اكتساب مهارات تحليل الأسواق وتحديد الجمهور المستهدف.
- تطبيق أدوات وتقنيات قياس وتحليل فعالية الحملات التسويقية.
- تحسين استراتيجيات التواصل مع العملاء وتعزيز ولائهم.

الفئات المستهدفة:

- مديرو التسويق.
- متخصصو العلامة التجارية.
- مدراء الحملات الإعلانية.
- استشاريون في تطوير الأعمال.
- المحترفون في مجال التسويق والترويج.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

مقدمة في تطوير العلامة التجارية:

- تعريف العلامة التجارية وأهمية هويتها.
- كيفية بناء رؤية ورسالة العلامة التجارية.

- تطوير قيم ومبادئ العلامة التجارية.
- تحليل وتحديد خصائص العلامة التجارية.
- دراسة حالات نجاح العلامات التجارية الكبرى.

الوحدة الثانية:

استراتيجيات بناء العلامة التجارية:

- بناء استراتيجية العلامة التجارية المتكاملة.
- تحديد وتطوير نقاط القوة الفريدة للعلامة التجارية.
- استراتيجيات التميز والابتكار في العلامة التجارية.
- استراتيجيات التوسع والنمو للعلامة التجارية.
- التعامل مع التحديات وإدارة الأزمات في العلامة التجارية.

الوحدة الثالثة:

تصميم استراتيجيات حملات العملاء:

- تحليل السوق وتحديد الجمهور المستهدف.
- تصميم رسالة الحملة وتحديد الأهداف.
- اختيار القنوات المناسبة للترويج.
- تطوير خطة عمل للحملة وتحديد الميزانية.
- تنفيذ الحملة وطرق قياس نجاحها.

الوحدة الرابعة:

أدوات وتقنيات قياس وتحليل الحملات:

- أدوات تحليل البيانات والتقارير.
- تقنيات قياس فعالية الحملة وتحليل النتائج.
- كيفية استخدام التعليقات والردود من العملاء لتحسين الحملات.
- تقنيات متابعة الأداء وتقييم عائد الاستثمار.
- مراجعة وتعديل استراتيجيات الحملات بناءً على التحليل.

الوحدة الخامسة:



استراتيجيات التواصل مع العملاء وتعزيز الولاء:

- بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.
- استراتيجيات تحسين تجربة العملاء.
- إدارة الشكاوى وردود الأفعال بشكل فعال.
- برامج ولاء العملاء والترويج لفرص العروض.
- دراسة حالات حول كيفية تعزيز ولاء العملاء بشكل فعال.