

€ TRAINING

وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي

28 يوليو - 8 أغسطس 2024
دبي (الإمارات العربية المتحدة)

وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي

رمز الدورة: V1016 تاريخ الإنعقاد: 28 يوليو - 8 أغسطس 2024 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - التكلفة: 4400 يورو

مقدمة البرنامج التدريبي:

وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي هما عنصران حيويان في عالم الأعمال الحديث. تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للشركات التواصل المباشر مع جمهورها، مما يعزز التفاعل والمشاركة. من خلال استراتيجيات التسويق الرقمي، يمكن للشركات استهداف فئات محددة من العملاء بدقة عالية، مما يزيد من فعالية الحملات التسويقية. بالإضافة إلى ذلك، توفر أدوات التحليل الرقمية بيانات قيمة تساعد في تحسين الأداء واتخاذ قرارات مستنيرة. بشكل عام، يمكن للتكامل بين وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي أن يحقق نتائج مذهلة ويساهم في نمو الأعمال بشكل ملحوظ.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم أسس التسويق الرقمي.
- تطوير مهارات استخدام منصات التواصل الاجتماعي.
- تصميم حملات تسويقية فعّالة.
- تحليل البيانات واتخاذ القرارات.
- التفاعل مع الجمهور وبناء المجتمع الافتراضي.

الفئات المستهدفة:

- المسوقون الرقميون.
- مدراء وسائل التواصل الاجتماعي.
- أصحاب الأعمال الصغيرة ورواد الأعمال.
- مدراء المشاريع.
- المحترفون في مجال الإعلام والتواصل.

محاور البرنامج:

الوحدة الأولى:

مقدمة في التسويق الرقمي:

- تعريف التسويق الرقمي وأهميته.
- الفرق بين التسويق التقليدي والتسويق الرقمي.
- فهم دورة حياة العملاء الرقمية.
- أدوات وتقنيات التسويق الرقمي.

الوحدة الثانية:

استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

- اختيار المنصات المناسبة لجمهورك المستهدف.
- تطوير خطة تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- إنشاء محتوى جذاب ومؤثر.
- إدارة وتنسيق الحسابات على وسائل التواصل الاجتماعي.

الوحدة الثالثة:

تحليل البيانات وقياس الأداء:

- مقدمة في تحليل البيانات الرقمية.
- أدوات تحليل وسائل التواصل الاجتماعي.
- كيفية قياس العائد على الاستثمار ROI في التسويق الرقمي.
- استخدام البيانات لاتخاذ قرارات تسويقية مستنيرة.
- تقارير الأداء وتفسير النتائج.

الوحدة الرابعة:

التفاعل مع الجمهور وبناء المجتمع:

- أهمية التفاعل مع المتابعين.
- استراتيجيات بناء مجتمع متفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي.
- إدارة المراجعات والتعليقات.
- تعزيز الولاء للعلامة التجارية عبر التفاعل المستمر.

الوحدة الخامسة:

الاتجاهات المستقبلية في التسويق الرقمي:

- التوجهات الحالية والمستقبلية في التسويق الرقمي.
- تأثير التكنولوجيا الجديدة على التسويق الرقمي.
- التسويق عبر المؤثرين Marketing Influencer.
- التسويق عبر الواقع المعزز والواقع الافتراضي.
- الاستعداد للمستقبل: كيفية البقاء على اطلاع بأخر التطورات.