

€ TRAINING

تخطيط الحملات الإعلانية المؤثرة

1 - 5 ديسمبر 2024
دبي (الإمارات العربية المتحدة)



تخطيط الحملات الإعلانية المؤثرة

رمز الدورة: Z523 تاريخ الإنعقاد: 1 - 5 ديسمبر 2024 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - التكلفة: 4600 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

الحملات الإعلانية هي مجموعة من الأنشطة والخطط الإعلانية المترابطة التي تهدف إلى تحقيق أهداف تسويقية أو اتصالية محددة. وهي من أهم الأدوات التي تعتمد عليها الشركات والمؤسسات للوصول إلى جمهورها المستهدف بفعالية. خلال هذا البرنامج إلى تعريف المشاركين بأسس تصميم وتنفيذ الحملات الإعلانية، بدءًا من مرحلة التخطيط وحتى قياس الأداء، مع التركيز على استراتيجيات الإبداع والتأثير باستخدام أحدث المنهجيات والتقنيات الرقمية.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم الأسس والمبادئ الأساسية لتخطيط الحملات الإعلانية.
- تحليل الجمهور المستهدف وتصميم رسائل إعلانية مخصصة.
- استخدام الأدوات الرقمية لتحسين أداء الحملات الإعلانية.
- تطوير استراتيجيات إبداعية تزيد من التأثير والانتشار.
- قياس وتحليل أداء الحملات الإعلانية باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs.

الفئات المستهدفة:

- مدراء التسويق والإعلان.
- مسؤولو العلاقات العامة.
- مستشارو الحملات الإعلانية.
- أصحاب الشركات.
- فرق التسويق الرقمي والإعلامي.
- المختصون في سلوك المستهلك وتحليل السوق.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

تخطيط الحملات الإعلانية الفعالة:

- القواعد الحاكمة لقياس فاعلية تخطيط الحملات الإعلانية.
- تحديد الأهداف الواقعية للحملات الإعلانية.
- المواصفات المطلوبة للقائمين على التخطيط والتنفيذ.
- كيفية تحديد الجماهير المستهدفة بفعالية.
- العلاقات المتبادلة بين المعلنين وجماهير الحملات.

الوحدة الثانية:

تحليل الجمهور المستهدف:

- كيفية تحديد الجمهور المستهدف وتجزئته.
- فهم سلوكيات الجمهور واتجاهاته الشرائية.
- تصميم شخصية الجمهور Persona Buyer.

- استخدام أدوات التحليل الرقمي لفهم الجمهور Analytics Google, Insights Facebook.

الوحدة الثالثة:

التخطيط الاستراتيجي للحملة:

- وضع الاستراتيجية الإعلانية واختيار القنوات المناسبة.
- تحديد الميزانية وجدولة الحملة.
- تصميم الرسائل الإعلانية بما يتناسب مع كل قناة.
- استخدام منهجيات التفكير الإبداعي في التخطيط.

الوحدة الرابعة:

قياس الأداء وتحليل النتائج:

- تحديد أهداف الحملة بوضوح.
- تصميم المزيج الإعلاني المتكامل.
- تخصيص ميزانية الحملة وتوزيع الموارد.
- متابعة وتقييم الأداء للحملة.

الوحدة الخامسة:

تطوير الحملات الإعلانية وتقييمها:

- كيفية تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs للحملة.
- تحليل البيانات لقياس نجاح الحملة.
- استخدام تقنيات Testing B/A لتحسين النتائج.
- إعداد التقارير واستخلاص الدروس لتحسين الحملات المستقبلية.