

€ TRAINING

تخطيط الحملات الإعلانية المؤثرة



22 - 26 ديسمبر 2024
القاهرة (مصر)

تخطيط الحملات الإعلانية المؤثرة

رمز الدورة: Z523 تاريخ الانعقاد: 22 - 26 ديسمبر 2024 دولة الانعقاد: القاهرة (مصر) - التكلفة: 3520 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

يهدف هذا البرنامج إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لتخطيط وتنفيذ حملات إعلانية مؤثرة وفعالة. حيث يركز على تحديد الأهداف الواقعية، اختيار الرسائل ووسائل الإعلان المناسبة، وتحليل تأثير الحملات على الجمهور المستهدف. ومن خلاله سيتمكن المشاركون من بناء استراتيجيات إعلانية مبتكرة تسهم في تحقيق الأهداف التسويقية بنجاح.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- اكتساب الأسس الفنية والإبداعية في مجال الإبداع الإعلاني وتقييم ودراسة فاعلية الحملات الإعلانية.
- التعرف على المتغيرات التي تتفاعل بالإيجاب والسلب مع المراحل المختلفة للحملات والجوانب التي تتحكم في زيادة التأثير.
- تحقيق الأهداف الاستراتيجية بانسيابية وجودة عالية.
- نقل المعلومات والمعاني والأفكار والمشاعر بين شخص وآخر أو بين مجموعة أشخاص لتحقيق هدف ما أو غرض معين أو توجيه الرأي العام.
- ترجمة الرموز والإشارات في شكل رسالة قابلة للفهم والتمييز من قبل المستقبل أو المتلقي.

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:

رسائل ووسائل الحملات الإعلانية:

- حدود التأثير بين رسائل ووسائل الحملات الإعلانية.
- العوامل المؤثرة في اختيار وسائل الإعلان الفعالة.

- معايير الرسائل الإعلانية الناجحة.
- كيفية تحديد التأثيرات المطلوبة من الحملة.
- مهارات التقييم المستمر للحملات الإعلانية.
- دراسة حالات حول استخدام وسائل الإعلان المختلفة.

الوحدة الثالثة:

الأهداف النفسية للحملات الإعلانية:

- الأهداف النفسية للحملات الإعلانية وكيفية تحقيقها.
- العوامل المؤثرة في جذب الانتباه.
- استثارة اهتمام الجمهور المستهدف.
- الإقناع بمحتوى الإعلان وتأثيره.
- الاستجابة السلوكية للإعلان.
- دعم الأفكار الإعلانية في الحملة.

الوحدة الرابعة:

التخطيط والتنفيذ للحملات الإعلانية:

- تحديد أهداف الحملة بوضوح.
- تصميم المزيج الإعلاني المتكامل.
- جدولة مراحل الحملة.
- تخصيص ميزانية الحملة وتوزيع الموارد.
- متابعة وتقييم الأداء للحملة.
- تأمين استمرارية المؤسسة وفتح أفق الإبداع.

الوحدة الخامسة:

تطوير الحملات الإعلانية وتقييمها:

- تطوير استراتيجيات مبتكرة للحملات الإعلانية تتناسب مع متغيرات السوق.
- تحسين استهداف الجمهور باستخدام تقنيات تحليل البيانات.
- تقييم فعالية الحملة باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs.
- إعادة توجيه الحملة بناءً على التغذية الراجعة وتحليل الأداء.
- تطبيق أدوات التسويق الرقمي لتحسين التفاعل والانتشار.