

مسمى البرنامج

استراتيجيات التسويق وإعداد الخطط التسويقية

❖ أهداف البرنامج

- تمكين المشاركين من فهم المفاهيم الحديثة للاستراتيجيات التسويقية .
- تطوير مهارات تحليل السوق والعملاء والمنافسين لاتخاذ قرارات تسويقية فعالة.
- إكساب المشاركين القدرة على إعداد خطط تسويقية متكاملة وقابلة للتنفيذ.
- تعزيز مهارات اختيار القنوات التسويقية المناسبة وإدارة المزيج التسويقي بكفاءة.
- تمكين المشاركين من ربط الأهداف التسويقية بالأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.
- دعم القدرة على قياس الأداء التسويقي وتحسين الخطط بناءً على النتائج.

مدة البرنامج

5 أيام .

الفئة المستهدفة

- موظفو إدارات التسويق والمبيعات
- المدراء والمهتمون بإعداد الخطط والاستراتيجية

❖ محاور البرنامج التدريبي

- **مفاهيم وأسس الاستراتيجيات التسويقية:**
 - مفهوم التسويق الاستراتيجي وأهميته
 - أنواع الاستراتيجيات التسويقية الحديثة
 - العلاقة بين التسويق والاستراتيجية المؤسسية
- **تحليل السوق والعملاء والمنافسين:**
 - أساليب تحليل السوق والبيئة التسويقية
 - فهم سلوك العملاء واحتياجاتهم
 - تحليل المنافسين وتحديد الميزة التنافسية
- **تحديد الأهداف التسويقية وتجزئة السوق:**
 - صياغة الأهداف التسويقية القابلة للقياس
 - تجزئة السوق واستهداف الشرائح المناسبة
 - تحديد القيمة المقترحة للمنتج أو الخدمة
- **إعداد الخطة التسويقية المتكاملة:**
 - مكونات الخطة التسويقية الاحترافية
 - تحديد الميزانيات والجدول الزمني
 - توزيع الأدوار والمسؤوليات التسويقية
- **إدارة المزيج التسويقي والقنوات:**
 - تطوير المنتج والتسعير الفعال
 - اختيار قنوات التوزيع والترويج المناسبة
 - التسويق الرقمي والتقليدي وتكامل القنوات
- **قياس الأداء وتحسين الاستراتيجيات:**
 - مؤشرات قياس الأداء التسويقي KPI
 - تحليل نتائج الحملات التسويقية
 - تحسين الخطط والاستراتيجيات بناءً على البيانات