

وضع و تنفيذ خطط التسويق الإستراتيجية

إكتساب فهم عميق للعملاء و كيفية خدمتهم



5 أيام

الجدول الزمني و الرسوم

\$5,950	دبي - الإمارات العربية المتحدة	10 مايو 2024 - 06
\$5,950	فيينا - النمسا	30 سبتمبر - 04 أكتوبر 2024

تفاصيل الدورة

نظرة عامة على الدورة التدريبية

لماذا تختار هذه الدورة التدريبية؟ التسويق هو الغراء الذي يربط المؤسسة ببعضها، و يعطيها فهماً لما يريده العملاء، و ما الذي يقدرونه و على إستعداد لدفع ثمنه. و مع تغيّر إحتياجات السوق و العملاء فإن التسويق يساعد باقي المؤسسة على فهم كيفية التغيير.

التسويق الإستراتيجي هو الإطار الشامل الذي يربط أنشطة التسويق بإحتياجات الأعمال الأوسع نطاقاً، و في نفس الوقت يساعد الفرق التشغيلية على التركيز على العملاء. يوفر التسويق فهماً عميقاً للعملاء و كيفية خدمتهم. سيطوّر المشاركون على مدار خمسة أيام فهمهم لكيفية وضع خطة تسويق إستراتيجية؛ و يكون بإمكانهم العودة إلى عملهم مع الخطوط العريضة لخطة مصممة خصيصاً لمنظمتهم.

ستتضمن هذه الدورة التدريبية المقدّمة من أندرسون للتدريب:

- مجموعة واسعة من النماذج و التقنيات و الأدوات و النصائح
- كيفية تطبيق النظرية في الممارسة العملية عند تطوير إستراتيجية التسويق
- عملية لإنشاء خطة تسويقية إستراتيجية تحتوي على مدخلات من كل أقسام المنظمة و تحظى بدعم الفرق الرئيسية و المديرين التنفيذيين
- المدنويين الذين يعملون من خلال الخطوات الرئيسية لتطوير خطة التسويق الإستراتيجية الخاصة بهم.

منهجية الدورة التدريبية:

سوف تستخدم دورة أندرسون التدريبية هذه مجموعة متنوعة من تقنيات تعلم الكبار المثبتة لضمان أقصى قدر من الفهم و الإستيعاب و الإحتفاظ بالمعلومات المقدمة. تطبق هذه الدورة التدريبية النظرية على الحالات العملية التي يجد المشاركون أنفسهم فيها. فنحن نتشارك مجموعة واسعة من النماذج و التقنيات التي تعمل في الممارسات العملية و نقوم بتطبيقها على دراسة فردية و على منظمات المشاركين. و يتم تشجيع المشاركين على عرض القضايا الخاصة بمنظماتهم للعمل عليها

أهداف الدورة التدريبية

عبر حضور هذه الدورة التدريبية المقدمة من أندرسون، سيتمكن الحاضرون من:

- تحديد و جمع و تحليل بيانات الأعمال الخارجية و الداخلية لتحديد القضايا و العوامل الرئيسية للنجاح و القدرات المميزة
- إستخدام البيانات و وضع الإفتراضات و التوصية بالمنتجات و الخدمات التي ينبغي لمنظمتهم تقديمها للأسواق الحالية و المحتملة
- تحديد و فصل أولويات العملاء الحالية و المحتملة على أساس أهداف العمل
- تحديد أهداف التسويق للعائدات و الأرباح و حجم المبيعات و حصة السوق و سمعة العلامة التجارية
- تطوير جدول و مصفوفة لـ 4 S'P - المنتج، السعر، المكان، الترويج - و التي ستخلق إطاراً لأنشطة التسويق
- إختيار أفضل آليات التقييم لإثبات أنشطة التسويق و تقديم أهداف العمل

هذه الدورة التدريبية مصممة لأجل:

هذه الدورة التدريبية المقدمة من أندرسون مخصصة لممارسي التسويق و قادة الأعمال المسؤولين عن تطوير خطط التسويق الإستراتيجية، من بينهم:

- كبار مسؤولي التسويق و مديري التسويق و نواب رؤساء التسويق

◀ رؤساء (إدارة المنتجات، تطوير المنتجات، البحث و التحليل، التخطيط، البرامج و الحملات، العلاقات العامة، إدارة العلامات التجارية، الشؤون العامة، الإعلان، العلاقات المجتمعية، العلاقات الإعلامية، التوزيع، الرصد و التقييم)
◀ مدراء نمو الأعمال، مديرو تجارب العملاء، مدراء المبيعات، مدراء إستراتيجيات الأعمال، مدراء الشؤون المالية، مدراء الموارد البشرية.

الشهادة

سيتم تقديم شهادة أندرسون الخاصة بإتمام الدورة التدريبية للأعضاء الذين يقومون بحضور الدورة التدريبية و إتمامها.

أندرسون

مركز التطوير التنفيذي

صندوق بريد 74589 ، دبي ، الامارات العربية المتحدة

الموقع: ar.anderson.ae

البريد الإلكتروني: info@anderson.ae

الهاتف: +971 4 365 8363

الفاكس: +971 4 360 4759

©2024. المواد المنشورة من قبل أندرسون الموضحة هنا محمية بحقوق الطبع والنشر. كل الحقوق محفوظة. يُحظر أي نسخ أو توزيع أو استخدام أو نشر أو تخزين (بأي وسيلة) أو نقل أو إعادة إنتاج أو الاعتماد كلياً أو جزئياً على مخطط هذه الدورة التدريبية وسيعتبر ذلك انتهاكاً لحقوق الطبع والنشر.