



London Elite Centre



إعداد الخطط التسويقية

<https://londonelitecentre.com>



إعداد الخطط التسويقية

وصف المقرر

لكن هذا التعريف البسيط لا يعكس الأهمية والتعقيد الذين يميزان الخطة التسويقية، إذ لا بد لأي خطة تسويقية أن تجيب على الأسئلة التالية:

□ أين هو موقع الشركة؟

□ إلى أين تريد أن تصل؟

□ ما هو السبيل للوصول إلى هناك؟

فالخطة التسويقية هي وثيقة مكتوبة لا تزيد على الـ 10 صفحات في الغالب تحدد الاستراتيجية، وبيئة التسويق، والزمان المتوقعين، والمنافسة المنتظرة إضافة للهدف الموضوع للمبيعات والربح للعام القادم، كما يتم فيها تفصيل وتوضيح الأفعال والإجراءات اللازمة لتحقيق الأهداف التسويقية الموضوعية، وإن أهم عاملين في الإعداد الناجح للخطة التسويقية هما المرونة التي تسمح بالتغيير، وقابلية التعامل مع النقسام الأخرى للمشروع (المالية، الإنتاج، البحث والتطوير...).

وتحتوي الخطة التسويقية على أهدافك واستراتيجياتك التسويقية والوسائل التي تستخدمها في سبيل إنجاز هذه الاستراتيجيات والأهداف فهذه الدورة تهدف إلى وضع المعايير السليمة لإعداد خطط تسويقية متكاملة تساعد المنشأة في تحقيق أهدافها التسويقية والبيعية.

أهداف البرنامج:

سيكون المشاركون في نهاية البرنامج التدريبي قادرين على:

□ تحديد نقاط القوة والضعف ووضع الاستراتيجيات لمعالجة نقاط الضعف.

□ الفهم الجيد حول الاستراتيجيات الناجحة والاستراتيجيات الفاشلة.

□ تلبية احتياجات ومتطلبات العملاء من خلال الفهم الجيد للفئة المستهدفة.

□ وضع خطة تسويقية متكاملة الأركان.

□ وضع استراتيجيات طويلة المدى في بناء العلاقات مع العملاء.

الجمهور المستهدف:

□ مدراء أقسام المبيعات.

□ موظفو أقسام التسويق.

□ موظفو أقسام المبيعات.

□ مالكي وأصحاب الشركات.

□ مدراء الشركات.



مدرء أقسام التسويق.

كل من يرغب بتطوير مهاراته وخبراته ويرى الحاجة الى هذه الدورة.

اليوم الأول

- كيفية دراسة الوضع الحالي للشركة.
- الملخص التنفيذي.
- الاهداف والإجراءات وترتب الأولويات.
- تحليل البيئة الداخلية والخارجية.
- الهزيج التسويقي.

اليوم الثاني

- تحليل "PESTLE".
- تحليل "TOWS&SWOT".
 - نقاط القوة أو مكامن القوة لدى الشركة.
 - نقاط الضعف الذي قد تكون مصابة به الشركة.
 - الفرص المتاحة للشركة.
 - التهديدات التي تواجه الشركة.
- تحليل المنافسين.

اليوم الثالث

- دراسة سلوك المستهلك.
- وضع الاستراتيجيات التسويقية.
- الإجراءات الضرورية المطلوبة للفوز بصفقات تجارية.

دراسة الهزيج التسويقي

اليوم الرابع

- الميزة التنافسية التي تتوقع بها الشركات.
- الفرص المتاحة وتقييم المخاطر في السوق.
- كيفية إعداد الميزانية التسويقية.

اليوم الخامس

- وضع الخطط التسويقية.
- كيفية إعداد خطة التنفيذ.
- معايير التقييم والمتابعة.
- توضيح المسار "إلى أين تريد الوصول وما هي الوسائل التي ستتمكنك من الوصول".
- المشاكل التي تواجه خطة التسويقية.



London Elite Centre
