



London Elite Centre



الاستراتيجيات الحديثة في التسويق والهيئات

<https://londonelitecentre.com>



الاستراتيجيات الحديثة في التسويق والبيعيات

وصف المقرر

وتستخدم هذه الدورة مجموعة متنوعة من التمارين ودراسة الحالات التي تهدف لتنمية المهارات المطلوبة لتطوير ومراقبة تنفيذ خطة التسويق الاستراتيجية، كما تحتوي الدورة على العروض التقديمية الجاهزة والنقاشات حول الاستراتيجيات المختلفة للخطة التسويقية.

أهداف البرنامج :

سيكون المشاركون في نهاية البرنامج التدريبي قادرين على:

- معرفة كيفية اتباع وتنفيذ الخطوات العملية لإنتاج خطة تسويقية فعالة.
- وضع الخطة التسويقية التي تستند إلى نتائج التحقيق التسويقي.
- استخدام نتائج التحقيق التسويقي لتحديد الاستراتيجيات والتقنيات الفعالة.
- تطوير عناصر خطة التسويق الاستراتيجية.
- تحديد وتنفيذ استراتيجيات المنافسة التسويقية المختلفة (الهجومية والدفاعية والمناورة).

الجمهور المستهدف :

- مدراء أقسام المبيعات.
- موظفو أقسام التسويق.
- موظفو أقسام المبيعات.
- مصممو الإعلانات.
- المخرجون الفنيون.
- العاملون في أقسام الأبحاث بوكالات الدعاية والإعلان.
- مالكي وأصحاب الشركات.
- مدراء الشركات.
- مدراء أقسام التسويق.
- كل من يرغب بتطوير مهاراته وخبراته ويرى الحاجة إلى هذه الدورة.

اليوم الأول



- النطاق والوظائف.
- زيادة شدة التنافس حول العالم.
- منهجية القنبلة الذكية الاستراتيجية.
- تعريف التخطيط الاستراتيجي.
- وضع إطار عمل الخطة العامة.

اليوم الثاني

عملية التخطيط التسويقي:

- فوائد التخطيط.
- أسباب كتابة خطة تسويقية.
- عملية التخطيط التسويقي.
- وضع أهداف سمارت "SMART".
- ربط استراتيجية التسويق برؤية ورسالة وأهداف المؤسسة.

اليوم الثالث

تحليل وضع الأعمال:

- عناصر بيئة الشركة.
- إطار عمل تحليل التنافس.
- عناصر التحليل الداخلي.
- عناصر التحليل الخارجي.
- تحليل العملاء ومستوى التنافس.
- تحليل البيئة.
- تحليل "SWOT" (نقاط القوة وجوانب الضعف والفرص والمهددات).
- مخطط القوى الخمس.
- تصميم وتحليل الملف (مصفوفة مجموعة بوسطون الاستشارية).
- ورشة عمل: التحليل التسويقي.

اليوم الرابع

التخطيط لتجزئة واستهداف والترويج في السوق:

- قواعد التجزئة.
- فوائد تجزئة السوق.
- عملية التجزئة السوقية.
- معايير تجزئة "B2B".
- الترويج الفعال.
- خطوات التخطيط للتجزئة والترويج في السوق.
- إنشاء عرض مؤثر للقيمة.
- ورشة العمل: تصميم خطة عرض القيمة والترويج في السوق.

اليوم الخامس



تطوير الاستراتيجية:

- النظر في البدائل الاستراتيجية المختلفة "تحليل TOWS".
- تحليل الاستراتيجيات التسويقية المختلفة.
- نمو مصفوفة الاستراتيجية.
- العوامل المؤثرة على اختيار الاستراتيجية.
- استراتيجية المحيط الأزرق مقابل استراتيجية المحيط الأحمر.
- ورشة عمل: تشكيل الاستراتيجيات والتخطيط للحالات الطارئة.

- تطبيقات التخطيط التكتيكي:

- إعداد المخطط: المصفوفة التسويقية.
- عناصر المصفوفة التسويقية.
- استخدام نموذج الميزج التسويقي.
- ورشة عمل: إعداد الميزج التسويقي.