



London Elite Centre



## التسويق الرقمي الفعال

<https://londonelitecentre.com>



## التسويق الرقمي الفعال

### وصف المقرر

أهداف البرنامج :

سيكون المشاركون في نهاية البرنامج التدريبي قادرين على:

- معرفة الفرص التي يقدمها استخدام برامج محركات البحث المتقدمة في إضافة القيمة والفائدة للمؤسسة والعملاء.
- إطلاق حملات إعلانية باستخدام "Google" تهدف لتحسين تفاعل الشركة مع العملاء وزيادة الحصة السوقية عبر التسويق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.
- إطلاق حملة إلكترونية كاملة لتحسين الواجهة مع العملاء وتحديد عمليات البيع المحتملة وإشهار العلامة التجارية.
- تطبيق مفاهيم تحليل "Google" لاستكشاف القنوات التسويقية ومعرفة كيفية الاستفادة منها.
- تقييم استخدامات برامج التسويق الرقمي ودورها في صياغة استراتيجية تسويقية فعالة وتحديد تطبيقات العمل الملائمة لكل منها.

الجمهور المستهدف :

□ العاملون في أقسام الأبحاث بوكالات الدعاية والإعلان.

□ مدراء أقسام التسويق.

□ موظفو أقسام التسويق.

□ مصممو الإعلانات.

□ المخرجون الفنيون.

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

اليوم الأول

التسويق الرقمي: مقدمة تعريفية بالمحتوى والنطاق

- التسويق الرقمي مقابل التسويق التقليدي
- أكثر الوسائط شيوعاً J B2B و B2C
  - Facebook
  - Twitter
  - LinkedIn
  - Business Blogging
- التدقيق في الموقع الإلكتروني
- خطة التسويق الرقمي ذات السبع خطوات
- تنظيم رزنامة عمليات التسويق الرقمي



## اليوم الثاني محرك البحث الأوتل

- تعريف محرك البحث الأوتل
- النصائح الـ 21 لمحرك البحث الأوتل والتي يجب على خبراء التسويق معرفتها

## اليوم الثالث Google AdWords

- إعداد وهيكلية محتوى حملات Google AdWords
- إيجاد واختيار الكلمات المفتاحية الصحيحة
- إجراءات تجهيز الحملات
- تنظيم مجموعات الإعلانات Ad
- تحسين الصفحات المقصودة
- إدارة المناقصات
- التحليلات "القياس والضبط الدقيق"

## اليوم الرابع تحليلات Google

- استيعاب لوحات التحكّم ◻ الجمهور والإعلانات ومصادر العملاء والمحتوى والتحويل
- اتخاذ القرارات وفقاً لإعداد التقارير التحليلية
- تعريف وتحديد غايات وأهداف العمل
- أدوات وأساليب القياس
- قياس العائد على الاستثمار ROI من موقعك الإلكتروني
- مقدّمة في تحويل النهداف ◻ مراقبة التحويل
- مراقبة مدى كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ◻ التجزئة المتقدمة
- مراقبة الاتصالات الهاتفية باستخدام تحليلات Google
- دمج الحملات التسويقية لـ Google AdWords مع تحليلات Google

## اليوم الخامس التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: "حملات المشاركة الفعالة"

- نظرة عامة وإحصائيات مختصرة
- استراتيجية التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
  - وضع أهداف لوسائل التواصل الاجتماعي
  - الاختيار بعناية:
  - إيجاد مناطق تواصل الشريحة المستهدفة
  - شبكات التواصل الاجتماعي الشائعة
  - مخطط بحث Facebook - محرك البحث الأوتل SEO لـ Facebook

## اليوم السادس معرفة جهورك

- وضع إعلانات Facebook لشركتك الديمغرافية المستهدفة وفقاً لبيولهم
- وضع إعلانات LinkedIn وفقاً لصناعاتك/عروضك المستهدفة
- إشعارات Google - مراقبة علامتك التجارية ومنافسك وتوجهات صناعتك
- والمهارات الأدوات أفضل ◻ Hashtags



## اليوم السابع

التسويق الوارد □ مقدمة تعريفية والمهجيات المتبعة

- مدونات الاستضافة الذاتية □ النماذج والندوات
- الأجيال المتقدمة Generation Lead
- أفكار لتسويق المهتمين

## اليوم التاسع

تطبيق وسائل التواصل الاجتماعي/ تعزيز تفاعل الجمهور

- نصائح لكتابة التحديثات في وسائل التواصل الاجتماعي
- استخدام المخزن المؤقت Buffer في التحديث النوتوواتيكي لوسائل التواصل الاجتماعي
- إنشاء وتعديل صور جاذبة لتحديثات مواقعك في التواصل الاجتماعي دون استخدام التصميم الجرافيكي / فوتوشوب
- جدولة تحديثات وسائل التواصل الاجتماعي
- الخصائص الإضافية لوسائل التواصل الاجتماعي التي يمكن يتضمنها موقعك الإلكتروني

## اليوم العاشر

قياس مستوى النجاح

- استخدام تحليلات Google في مراقبة مستوى الأداء
- معدل الارتداد □ الوقت المستغرق في الموقع الإلكتروني والتحويلات
- متابعة Offline