إتقان اتصالات الشركات، تطبيق قواعد الاتصالات الجديدة

12 – 16 سبتمبر 2027

أونلاين



Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

إتقان اتصالات الشركات، تطبيق قواعد الاتصالات الجديدة

المرجع: 102283_120477 **التاريخ:** 12 – 16 سبتمبر 2027 **المكان:** أونلاين **الرسوم:** 1900 Euro

المقدمة:

تشهد اتصالات الشركات تحولاً جذريًا فرضته المنصات الرقمية وتغيّر سلوك الجمهور وتسارع تدفق المعلومات. ولم تعد الأساليب التقليدية كافية لبناء سمعة مؤسسية متماسكة أو التأثير في أصحاب المصلحة. تقدّم دورة إتقان اتصالات الشركات، تطبيق قواعد الاتصالات الجديدة من مركز ميركوري للتدريب إطارًا متكاملاً لإعادة صياغة الاتصالات المؤسسية وفق أحدث الممارسات. وتركز الدورة على تطوير مهارات الاتصال المؤسسي اللازمة لتحليل الجمهور وتقسيمه وبناء رسائل موحّدة ومقنعة. كما تتناول إدارة الاتصالات المؤسسية عبر القنوات التقليدية والرقمية بأسلوب متكامل. وتمتد إلى الاتصال الداخلي في الشركات بوصفه ركيزة لتعزيز الانتماء ونقل الاستراتيجية. وتختتم بمنهجيات تخطيط وتقييم قائمة على الأدلة تربط استراتيجيات الاتصال المؤسسي بأهداف المؤسسة ونتائجها القابلة للقياس.

الفئات المستهدفة:

- مدراء الاتصالات المؤسسية ورؤساء أقسامها.
- مدراء العلاقات العامة والمسؤولون الإعلاميون.
- مدراء التسويق والعلامة التجارية.
- أخصائيو الاتصال الداخلي في الشركات.
- مسؤولو المحتوى والإعلام الرقمي.
- المتحدثون الرسميون وفرق إدارة السمعة.
- القادة الإداريون المسؤولون عن إدارة التواصل في الشركات.

أهداف الدورة التدريبية:

- شرح قواعد الاتصال المؤسسي الجديدة في البيئة الرقمية.
- رسم خرائط أصحاب المصلحة وتقسيم الجمهور.
- صياغة بيت رسائل موحّد يعكس هوية المؤسسة.
- دمج القنوات التقليدية والرقمية في خطة اتصال واحدة.
- تطوير برامج فعّالة للاتصال الداخلي.
- إعداد خطة اتصال سنوية بأهداف ذكية ومؤشرات أداء.
- تقييم فاعلية الحملات واتخاذ قرارات تحسين مبنية على الأدلة.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: القواعد الجديدة لاتصالات الشركات والتسويق

- الثورة الرقمية وملامح بيئة الإعلام المعاصرة.
- تحوّل سلوك الجمهور من التلقي إلى المشاركة.
- تلاقي العلاقات العامة والتسويق والاتصال المؤسسي.
- علم نفس الإقناع ومبادئ التأثير.
- الأدوار المتغيرة لمسؤولي الاتصال والتسويق.
- نهج حل المشكلات في تصميم الحلول الاتصالية.

الوحدة الثانية: أصحاب المصلحة وتقسيم الجمهور وبناء الشخصيات

- تحليل أصحاب المصلحة ورسم خرائطهم.
- معايير تقسيم الجمهور وبناء الشخصيات.
- تخصيص الرسائل دون فقدان الاتساق.
- الاتصال متعدد القنوات ورحلة العميل.
- الاتصال الداخلي وإشراك الموظفين.
- الموظفون سفراءً للعلامة المؤسسية.

الوحدة الثالثة: تكامل الإعلام التقليدي والرقمي

- نموذج الإعلام المدفوع والمكتسب والمملوك والمشترك.
- العلاقات الإعلامية المتكاملة.
- التسويق عبر المؤثرين وقادة الرأي.
- القيادة الفكرية والتدوين المؤسسي.
- أساسيات الظهور في محركات البحث.
- إدارة السمعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الرابعة: صناعة محتوى مؤسسي فعّال

- بناء بيت الرسائل المؤسسية.
- رواية القصص المؤسسية وبناء الهوية.
- النبرة والأسلوب المؤسسي الموحّد.
- المحتوى الدائم وتقويم المحتوى.
- الفيديو والبودكاست بتكلفة منخفضة.
- محتوى الاتصال الداخلي ونشر الاستراتيجية.

الوحدة الخامسة: التخطيط والقياس واستراتيجية الاتصال

- دورة التخطيط الاتصالي والتحليل القائم على الأدلة.
- ربط خطة الاتصال باستراتيجية المؤسسة.
- صياغة أهداف ذكية ومؤشرات أداء.
- قياس التفاعل والاستفسارات والمبيعات.
- إعداد خطة اتصال سنوية متكاملة.
- عرض النتائج على الإدارة العليا.