MERCURY

استراتيجيات تسويق الشراكة وتحقيق التفوق والنجاح التجاري

29 أغسطس – 2 سبتمبر 2027

أونلاين



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

MERCURY

استراتيجيات تسويق الشراكة وتحقيق التفوق والنجاح التجاري

المرجع: 133140_120628 **التاريخ:** 29 أغسطس – 2 سبتمبر 2027 **المكان:** أونلاين **الرسوم:** 1900 Euro

المقدمة:

سوف نناقش في هذه الدورة التدريبية كيفية اختيار الشركاء المناسبين وتطوير استراتيجيات مبتكرة لتحقيق أهدافكم التجارية المشتركة. سنركز على بناء علاقات قوية ومستدامة مع شركاء الأعمال وتجاوز التحديات التي قد تواجهونها. سوف نستكشف أيضًا كيفية قياس وتحسين أداء استراتيجيات التسويق الشراكي لتحقيق أقصى استفادة. انضموا إلينا في هذه الدورة لاكتساب المعرفة والمهارات اللازمة للتفوق والابتكار من خلال تسويق الشراكة.

الفئات المستهدفة:

- مديرو التسويق والمبيعات.
- مسؤولو التطوير التجاري.
- أصحاب الأعمال ورواد الأعمال.
- مديرو العلاقات العامة والاتصال.
- محترفو التسويق والإعلان.
- مديرو الشراكات والتعاون.
- مسؤولو التخطيط الاستراتيجي.
- مسؤولو إدارة العلاقات مع العملاء.
- مديرو المشاريع والتطوير.

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

MERCURY

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركين قادرين على:

- فهم أساسيات تسويق الشراكة وأهميتها.
- القدرة على تحليل واختيار الشركاء المناسبين.
- تطوير استراتيجيات تسويق مشتركة.
- تصميم وتنفيذ حملات تسويق شراكية ناجحة.
- إدارة وبناء علاقات قوية مع شركاء الأعمال.
- التعامل مع التحديات وحل المشكلات في الشراكات.
- تقييم أداء استراتيجيات تسويق الشراكة وتحليل البيانات.
- تطوير وتحسين استراتيجيات تسويق الشراكة بناءً على التقييمات.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتقنيات الحديثة في التسويق.
- تحقيق التفوق التنافسي من خلال استراتيجيات تسويق الشراكة.

الكفاءات المستهدفة:

- تقييم وتحسين استراتيجيات تسويق الشراكة.
- إدارة العلاقات الشراكية.
- تخطيط حملات التسويق الشراكي.
- استراتيجيات تطوير الشراكات.
- مقدمة في مفهوم تسويق الشراكة.

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

MERCURY

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى، مقدمة في مفهوم تسويق الشراكة:

- فهم أساسيات تسويق الشراكة وأهميتها في تحقيق الأهداف التجارية.
- تحليل مفصل لفوائد الشراكات للأعمال وكيفية تحقيق التفوق التنافسي من خلالها.
- دراسة حالات نجاح لشركات استخدمت استراتيجيات تسويق الشراكة بنجاح.

الوحدة الثانية، استراتيجيات تطوير الشراكات:

- تحليل مختلف أنواع الشراكات مثل الشراكات الاستراتيجية، والشراكات التجارية، والشراكات التكنولوجية.
- دراسة كيفية تحديد واختيار الشركاء المناسبين والتعامل معهم.
- تطوير خطط عمل لبناء وتوسيع شبكة الشراكات.

الوحدة الثالثة، تخطيط حملات التسويق الشراكي:

- تعرف على كيفية تطوير استراتيجيات تسويق مشتركة تعزز من تحقيق الأهداف المشتركة.
- دراسة تصميم وتنفيذ حملات إعلانية مشتركة وكيفية قياس نتائجها.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتقنيات الحديثة في تسويق الشراكة.

الوحدة الرابعة، إدارة العلاقات الشراكية:

- كيفية بناء وإدارة علاقات قوية مع شركاء الأعمال.
- تطوير استراتيجيات لحل المشكلات والتحديات المشتركة في الشراكات.
- دراسة أفضل الممارسات في إدارة الشراكات والحفاظ على استدامتها.

الوحدة الخامسة، تقييم وتحسين استراتيجيات تسويق الشراكة:

- كيفية تحليل أداء استراتيجيات تسويق الشراكة وقياس تأثيرها على العمل.
- استخدام التقارير والمؤشرات لقياس نجاح الشراكات وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين.
- تطوير خطط لتحسين استراتيجيات تسويق الشراكة وتطويرها بناءً على الخبرات المكتسبة.