



تحليل وتحسين جودة قنوات التواصل والإستراتيجيات والأدوات الفعالة لتحقيق التفوق الاستراتيجي

5 - 9 أبريل 2027

ميلانو (إيطاليا)



تحليل وتحسين جودة قنوات التواصل والإستراتيجيات والأدوات الفعالة لتحقيق التفوق الاستراتيجي

المرجع: 120800_139989 التاريخ: 5 - 9 أبريل 2027 المكان: ميلانو (إيطاليا) الرسوم: Euro 6200

المقدمة:

تعتبر قنوات التواصل أحد أهم الأدوات في بناء العلاقات وتعزيز الولاء للعلامة التجارية. تسعى الشركات إلى تحسين جودة تواصلها مع الجمهور المستهدف لتحقيق أهدافها الاستراتيجية. هذه الدورة المتقدمة تهدف إلى تمكين المشاركين من تحليل وتحسين قنوات التواصل باستخدام استراتيجيات وأدوات فعالة.

الفئات المستهدفة:

- المحللون الاستراتيجيون.
- محلي قنوات التواصل.
- موظفي العلاقات العامة.

الأهداف التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحليل قنوات التواصل الحالية وتقييم فعاليتها.
- تطوير استراتيجيات فعالة لتحسين جودة التواصل.
- استخدام أدوات تحليل متقدمة لفهم سلوك الجمهور وتفضيلاته.
- تطبيق أفضل الممارسات لتحسين تجربة العملاء.
- قياس وتحليل نتائج استراتيجيات التواصل.

الكفاءات المستهدفة:

- التحليل الإستراتيجي.
- التفكير النقدي.
- مهارات التواصل الفعال.
- إدارة العلاقات.
- استخدام الأدوات التحليلية المتقدمة.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: تحليل قنوات التواصل الحالية:

- تقييم الوضع الحالي وتعريف الأهداف والأدوات المستخدمة في التقييم.
- جمع البيانات واستراتيجيات جمع البيانات من القنوات المختلفة.
- تحليل البيانات وتقنيات تحليل البيانات لفهم الأداء الحالي.

الوحدة الثانية: تطوير استراتيجيات تحسين قنوات التواصل:

- تحديد الأهداف و وضع أهداف واضحة وقابلة للقياس.
- استراتيجيات التحسين وتطوير استراتيجيات مبتكرة لتحسين التواصل.
- تنفيذ الاستراتيجيات وخطوات تنفيذ الاستراتيجيات وتوزيع المهام.

الوحدة الثالثة: أدوات تحليل سلوك الجمهور:

- أدوات التحليل الرقمية والتعرف على الأدوات الرقمية المستخدمة في تحليل سلوك الجمهور.
- تحليل البيانات الضخمة واستراتيجيات تحليل البيانات الضخمة لفهم تفضيلات الجمهور.
- تحليل الشبكات الاجتماعية وكيفية تحليل التفاعل على الشبكات الاجتماعية واستخلاص النتائج.

الوحدة الرابعة: تطبيق أفضل الممارسات لتحسين تجربة العملاء:

- تصميم تجربة العملاء ومبادئ تصميم تجربة عملاء ممتازة.
- قياس رضا العملاء واستخدام الاستبيانات والمقابلات لقياس رضا العملاء.
- تحليل نقاط الاتصال وتحليل جميع نقاط الاتصال بين العملاء والعلامة التجارية.

الوحدة الخامسة: قياس وتحليل نتائج استراتيجيات التواصل:

- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs وتعريف واختيار المؤشرات المناسبة.
- تحليل النتائج واستخدام التقارير والأدوات لتحليل نتائج الاستراتيجيات.
- التعديل والتحسين وكيفية التعديل والتحسين المستمر بناءً على النتائج المحققة.