MERCURY

تحليل السوق وتطوير استراتيجيات التسويق الشامل

22 – 26 أغسطس 2027

دبي (الإمارات العربية المتحدة)



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

MERCURY

تحليل السوق وتطوير استراتيجيات التسويق الشامل

المرجع: 149739_121012 **التاريخ:** 22 – 26 أغسطس 2027 **المكان:** دبي (الإمارات العربية المتحدة) **الرسوم:** 4600 Euro

مقدمة:

تسعى هذه الدورة التدريبية في تحليل السوق وتطوير استراتيجيات التسويق الشامل، إلى تمكين المشاركين من فهم ديناميكيات السوق وتحديد الفرص التسويقية الفعّالة في بيئة تتسم بالمنافسة والتغير المستمر. يتمحور محتوى الدورة حول تحليل الاتجاهات السوقية، وفهم سلوك المستهلك، وتقييم القدرة التنافسية، ما يساهم في بناء استراتيجيات تسويق متكاملة وشاملة.

تستعرض دورة تحليل السوق وتطوير استراتيجيات التسويق الشامل، أساليب تحليل السوق باستخدام أدوات متقدمة وتقنيات معتمدة دوليًا، مع التركيز على التطبيق العملي في الأسواق المحلية والعالمية. كما تهدف إلى إكساب المشاركين القدرة على تصميم حملات تسويقية مبنية على التحليل الدقيق للبيانات. يتعرف المتدربون على أهمية التكامل بين مختلف وظائف التسويق مثل الترويج، التسعير، التوزيع، والتجزئة.

تسلط الدورة التدريبية في تحليل السوق وتطوير استراتيجيات التسويق الشامل، الضوء على المزيج التسويقي الفعّال وأثره في تعزيز القيمة المقدمة للعميل. تعد الدورة مرجعًا احترافيًا شاملاً للراغبين في ترسيخ مهاراتهم في تطوير استراتيجيات تسويق قائمة على تحليل علمي للسوق.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة تحليل السوق وتطوير استراتيجيات التسويق الشامل، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء التسويق والتخطيط الاستراتيجي.
- محللو السوق والباحثون التجاريون.
- العاملون في فرق تطوير المنتجات.
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الناشئة.
- موظفو العلاقات العامة والتسويق الرقمي.
- المهنيون في وكالات الإعلان والترويج.
- الاستشاريون في التسويق وإدارة الأعمال.
- الراغبون في دخول مجال تحليل السوق.
- مسؤولو تطوير الأعمال في المؤسسات.
- المهتمون بتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة.

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

MERCURY

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج تحليل السوق وتطوير استراتيجيات التسويق الشامل:

- مهارة تحليل السوق وقراءة المؤشرات الاقتصادية.
- القدرة على تقييم سلوك العملاء واحتياجاتهم.
- إعداد تقارير تسويقية قائمة على بيانات حقيقية.
- تصميم استراتيجيات تسويقية شاملة ومترابطة.
- استخدام أدوات التحليل الاستراتيجي في التسويق.
- فهم آليات التخطيط التسويقي الحديث.
- تقييم الأداء التسويقي وصياغة التوصيات المناسبة.
- القدرة على اتخاذ قرارات تسويقية مبنية على التحليل.

أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في تحليل السوق وتطوير استراتيجيات التسويق الشامل، سيكون المشاركون قادرين على:

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

- تحديد الاتجاهات السوقية وتحليل تأثيرها على القرارات التسويقية.
- تفسير سلوك المستهلك وتطبيقه في تطوير الحملات التسويقية.
- تحليل المنافسين وتقييم مراكز القوة والضعف.
- استخدام أدوات التحليل الكمي والنوعي لفهم السوق.
- تصميم استراتيجيات تسويق شاملة تحقق الأهداف المؤسسية.
- تطوير خطط تسويقية قابلة للتنفيذ والتقييم.
- التنبؤ بتغيرات السوق والاستعداد لها.
- بناء استراتيجيات تسويق تعتمد على البيانات والتحليل الواقعي.
- تعزيز مهارات التفكير التحليلي واتخاذ القرار المبني على الأدلة.
- تطوير مزيج تسويقي متكامل يراعي الجمهور المستهدف.
- تقييم نتائج الحملات التسويقية وتحسين الأداء.
- اكتساب قدرة على ربط التحليل الاستراتيجي بالتخطيط التسويقي.
- تحسين القدرة على إعداد تقارير تحليل السوق بطريقة احترافية.
- فهم العلاقة بين السوق والعلامة التجارية وتطويرها.

محتوى الدورة التدريبية:

الوحدة الأولى: مدخل إلى تحليل السوق وتقييم البيئة التسويقية:

- تعريف تحليل السوق وأهميته في التخطيط الاستراتيجي.
- مكونات البيئة الداخلية والخارجية وتأثيرها على التسويق.
- تحليل القوى الخمس لبورتر لفهم تنافسية السوق.
- تحليل SWOT لتحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات.
- دراسة نماذج تحليل الطلب والعرض.
- تحليل تأثير العوامل الاقتصادية والسياسية على السوق.
- استخدام البيانات الثانوية والمصادر المفتوحة.
- أدوات البحث الكمي والنوعي في تحليل السوق.
- تطبيقات واقعية في تقييم الأسواق الجديدة.

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

MERCURY

الوحدة الثانية: تحليل سلوك المستهلك والاتجاهات الشرائية:

- فهم دوافع الشراء والسلوكيات الشرائية المختلفة.
- تصنيف المستهلكين حسب الخصائص الديموغرافية والسلوكية.
- أهمية دراسة تجربة العميل وتقييم الرضا.
- تأثير الثقافة والعوامل النفسية والاجتماعية في قرارات الشراء.
- تحليل رحلة العميل وتحديد نقاط الاتصال.
- تطبيق الخرائط الإدراكية لتحديد التصورات الذهنية.
- استخدام أدوات الاستبيانات والمقابلات لفهم الجمهور المستهدف.
- التنبؤ بالتغيرات في السلوك الشرائي وفق بيانات السوق.
- الربط بين سلوك المستهلك وتطوير الحملات التسويقية.

الوحدة الثالثة: تحليل المنافسين وتحديد الموقع السوقي:

- التعرف على أدوات جمع وتحليل معلومات المنافسين.
- تحليل نقاط القوة والضعف للمنافسين المباشرين وغير المباشرين.
- استخدام تحليل PESTEL لتقييم البيئة الخارجية للمنافسة.
- تحديد الفرص التنافسية في السوق المستهدفة.
- بناء خريطة الموقع التنافسي وتحديد موقع العلامة التجارية.
- استراتيجيات التميز والتكلفة والتركيز في مواجهة المنافسة.
- قياس الحصة السوقية وتحليل أثر المنافسين على الأداء التسويقي.
- وضع استراتيجيات رد الفعل التنافسي وتقييم نتائجها.

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

الوحدة الرابعة: تطوير استراتيجيات التسويق الشامل Marketing °360:

- تعريف التسويق الشامل وأهميته في التكامل المؤسسي.
- عناصر المزيج التسويقي الموسع 7Ps.
- تصميم الحملات التسويقية المتكاملة ومتعددة القنوات.
- تحديد السوق المستهدف وتجزئته بفعالية.
- ربط الاستراتيجية التسويقية بالأهداف التجارية.
- تطبيق استراتيجيات تسعير مرنة وجاذبة.
- استراتيجيات التوزيع الرقمية والتقليدية.
- تصميم رسائل تسويقية فعالة ومتسقة مع العلامة.
- مراقبة أداء الحملات وتصحيح المسار التسويقي.

الوحدة الخامسة: تحليل الأداء التسويقي واتخاذ القرار:

- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs في التسويق.
- أدوات تحليل نتائج الحملات التسويقية الرقمية والتقليدية.
- استخدام لوحات المعلومات التسويقية Dashboards.
- تقييم عائد الاستثمار ROI التسويقي.
- تحليل البيانات التسويقية لاتخاذ قرارات دقيقة.
- تصميم تقارير تسويقية مهنية للقيادات التنفيذية.
- التوصيات التحسينية المبنية على النتائج الرقمية.
- دمج التحليلات التنبؤية في اتخاذ القرار.
- تطوير استراتيجيات تسويقية مرنة قائمة على التحليل المستمر.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

تمكّن دورة تحليل السوق وتطوير استراتيجيات التسويق الشامل، المشاركين من بناء فهم متكامل لتحليل السوق وتطوير استراتيجيات تسويق شاملة قائمة على بيانات دقيقة. تزودهم بالأدوات والتقنيات اللازمة لاتخاذ قرارات تسويقية استراتيجية وفعالة. ينصح بتطبيق ما تم اكتسابه في بيئة العمل الفعلية لتعزيز الأثر المؤسسي. يُوصى بمراجعة الأداء التسويقي بشكل دوري لضمان التحسين المستمر.