MERCURY

دورة المهارات المتقدمة في إعداد الخطط التسويقية الفعالة وإستراتيجية تحقيق رضا العملاء من منظور الجودة الشاملة

مدريد (إسبانيا)



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

MERCURY

دورة المهارات المتقدمة في إعداد الخطط التسويقية الفعالة وإستراتيجية تحقيق رضا العملاء من منظور الجودة الشاملة

المرجع: 187398_120681 **التاريخ:** 15 – 19 مارس 2027 **المكان:** مدريد (إسبانيا) **الرسوم:** Euro 5600

المقدمة:

تقدم هذه الدورة التدريبية فرصة للمشاركين لاكتساب المهارات اللازمة لإعداد خطط تسويقية فعالة تستند إلى مفاهيم الجودة الشاملة، بالإضافة إلى تطوير استراتيجيات لتحقيق رضا العملاء وتعزيز التفاعل الإيجابي مع العلامة التجارية.

الفئات المستهدفة:

- مديري التسويق والتسويق الرقمي.
- مسؤولي التسويق والعلاقات العامة.
- خبراء التسويق الرقمي ووسائل الإعلان عبر الإنترنت.
- أصحاب الأعمال ورواد الأعمال الراغبين في تحسين استراتيجيات التسويق الخاصة بهم.

الأهداف التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- اكتساب المهارات اللازمة لإعداد خطط تسويقية فعالة
- فهم أعمق لمفاهيم الجودة الشاملة وتطبيقها في المجال التسويقي
- تطوير استراتيجيات لتحقيق رضا العملاء وتعزيز الولاء
- الاستفادة من أحدث التقنيات والأدوات في مجال التسويق الرقمي
- تحليل البيانات وتحسين أداء الحملات التسويقية

الكفاءات المستهدفة:

- مفاهيم الجودة الشاملة وتطبيقاتها في التسويق
- تحليل السوق واستهداف العملاء المستهدفين
- تطوير استراتيجيات التسويق الرقمي
- إدارة علاقات العملاء وبناء الولاء
- قياس أداء الحملات التسويقية وتحليل البيانات

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

MERCURY

محتوى الدورة

الوحدة الأولى: مفاهيم الجودة الشاملة في التسويق

- فهم مفهوم الجودة الشاملة وتطبيقاتها في مجال التسويق.
- أهمية تكامل مبادئ الجودة في إعداد الخطط التسويقية الفعالة.
- دراسة حالة: تطبيق مفاهيم الجودة الشاملة في استراتيجيات تسويق ناجحة.

الوحدة الثانية: تحليل السوق واستهداف العملاء المستهدفين

- تقنيات تحليل السوق وفهم احتياجات العملاء.
- اختيار الفئات السوقية المناسبة وتحديد العملاء المستهدفين.
- تطوير استراتيجيات تسويقية مخصصة لكل فئة سوقية.

الوحدة الثالثة: استراتيجيات التسويق الرقمي

- أساسيات التسويق الرقمي ودوره في تحقيق الأهداف التسويقية.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في بناء العلاقات مع العملاء.
- تحليل البيانات واستخدامها في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي.

الوحدة الرابعة: إدارة علاقات العملاء وبناء الولاء

- أهمية بناء علاقات قوية مع العملاء.
- استراتيجيات تعزيز الولاء والاحتفاظ بالعملاء الحاليين.
- تطبيق أدوات إدارة علاقات العملاء CRM في تحسين تجربة العملاء.

الوحدة الخامسة: قياس أداء الحملات التسويقية وتحليل البيانات

- أهمية قياس أداء الحملات التسويقية وتحليل البيانات.
- استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs في تقييم فعالية الحملات.
- استخدام التحليلات لتحديد الاتجاهات واتخاذ القرارات التسويقية الاستراتيجية.