MERCURY

تسويق وترويج الأجهزة والملحقات الطبية

22 – 26 نوفمبر 2026

المنامة (البحرين)



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

MERCURY

تسويق وترويج الأجهزة والملحقات الطبية

المرجع: 189389_120324 **التاريخ:** 22 – 26 نوفمبر 2026 **المكان:** المنامة (البحرين) **الرسوم:** Euro 4900

مقدمة

هذا البرنامج التدريبي يمنح المشاركين فهماً معمقاً لمفاهيم تسويق وترويج الأجهزة والملحقات الطبية في بيئات الرعاية الصحية والمستشفيات والمؤسسات الطبية. كما يركز على استراتيجيات تسويق الأجهزة الطبية المتقدمة، وإدارة التسويق والمبيعات للمعدات الطبية بما يتوافق مع المتطلبات التنظيمية والأخلاقية. ويناقش أدوات الترويج للمستحضرات والمستلزمات الطبية وطرق قياس فعالية الحملات التسويقية. ويقدّم إطار عمل عملي لتطوير خطط تسويق المعدات الطبية وعمليات إدارة علاقات العملاء داخل المنشآت الصحية.

تتناول هذه الدورة التدريبية في تسويق وترويج الأجهزة والملحقات الطبية، المهارات الفنية اللازمة لتصميم رسائل تسويقية احترافية وترويج المنتجات الطبية في المستشفيات. كما تتضمن أمثلة ودراسات حالة تشرح استراتيجيات بيع الأجهزة الطبية وتكتيكات إدارة مبيعات الأجهزة الطبية. وتركز أيضاً على التدريب على تسويق الأجهزة الطبية وتطوير مهارات تسويق الأجهزة الطبية على المدى الطويل. وسيكون لدى المشاركين خارطة طريق لتسويق المنتجات الطبية باحتراف داخل السوق الصحي.

الفئات المستهدفة

تستهدف دورة تسويق وترويج الأجهزة والملحقات الطبية، الفئات والمحترفين لاكتساب المعرفة والمهارات:

- موظفو التسويق في الشركات المصنعة للمعدات الطبية.
- مندوبي المبيعات والتسويق الطبي في المستشفيات.
- مدراء المنتجات والمشروعات في مؤسسات الرعاية الصحية.
- المشرفون على برامج الشراء والتوريد الطبي.
- العاملون في شركات استشارات التسويق الصحي.
- القائمون على برامج الترويج والتعليم الطبي.
- الراغبون في التدريب على تسويق الأجهزة الطبية وتطوير مهاراتهم.

أهداف الدورة التدريبية

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في تسويق وترويج الأجهزة والملحقات الطبية، سيكون المشاركون قادرين على:

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

- تزويد المشاركين بفهم واضح لاستراتيجيات تسويق الأجهزة الطبية وعمليات الترويج.
- تمكينهم من إعداد خطط تسويق المعدات الطبية متكاملة ومحددة النتائج.
- تعليم مهارات تسويق الأجهزة الطبية الرقمية والتقليدية المناسبة للمستشفيات.
- عرض طرق إدارة تسويق المعدات الطبية وتنسيقها مع فرق المبيعات والامتثال التنظيمي.
- تدريب المشاركين على تصميم رسائل ترويجية متوافقة مع القواعد الأخلاقية والتنظيمية.
- تعريفهم بتقنيات قياس العائد على الاستثمار في حملات ترويج المنتجات الطبية.
- صقل مهارات إدارة مبيعات الأجهزة الطبية وتطوير قنوات التوزيع داخل القطاع الطبي.
- تزويد المتدربين بأساليب ترويج المنتجات الطبية في المستشفيات وبناء علاقات مع صانعي القرار.
- تعليم ممارسات التسويق الطبي الاحترافي وكيفية تنفيذ حملات تسويق المستلزمات الطبية باحتراف.
- تحضير المشاركين لإدارة فرق المبيعات وتحديد مؤشرات الأداء لحملات تسويق الأجهزة والملحقات.

الكفاءات المستهدفة

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج تسويق وترويج الأجهزة والملحقات الطبية:

- القدرة على تطوير خطة تسويق الأجهزة والملحقات الطبية واضحة ومقاسة.
- إجادة أساليب استراتيجيات تسويق الأجهزة الطبية وتطبيقها حسب نوع الجهاز.
- مهارات إعداد محتوى ترويجي طبي متوافق مع القواعد التنظيمية.
- قدرة على إدارة تسويق المعدات الطبية وتنسيق الفرق الداخلية والخارجية.
- معرفة تقنيات ترويج المنتجات الطبية في المستشفيات وبناء حالات الأعمال.
- مهارات التفاوض وعمليات البيع لاستراتيجيات بيع الأجهزة الطبية المتقدمة.
- القدرة على قياس فعالية الحملات وتحسين خطط تسويق الأجهزة الطبية على المدى الطويل.
- إتقان أدوات التدريب على تسويق الأجهزة الطبية لنقل المعرفة داخل المؤسسات.

دراسة سيناريوهات

في تدريب تسويق وترويج الأجهزة والملحقات الطبية، سيطوّر المشاركون قدراتهم عبر دراسة السيناريوهات:

- تحليل حالة إطلاق جهاز تشخيصي جديد في مستشفى حكومي.
- دراسة سيناريو اعتراض الجهات التنظيمية على مادة إعلانية وتصحيحها.
- سيناريو تفاوض مندوب مبيعات مع قسم الشراء لإدراج ملحقات طبية.
- حالة قياس تأثير حملة رقمية لترويج المنتجات الطبية في عيادات خاصة.
- دراسة إدارة أزمة سمعة بعد تقارير عن سوء استخدام منتج طبي.

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

MERCURY

محتوى الدورة

الوحدة الأولى: مدخل إلى تسويق الأجهزة الطبية ومفاهيمه الأساسية

- تعريف شامل لمجال تسويق الأجهزة الطبية وأبعاده في السوق الصحي.
- فروق بين تسويق الأجهزة والدواء والتحديات التنظيمية المصاحبة.
- فهم سلوك مشتري المستشفيات ومناهج صنع القرار في المنشآت الصحية.
- عناصر خريطة قيمة المنتج الطبي وكيف تؤدي إلى قبول المستهلك المهني.
- مبادئ بناء العلامة التجارية للملحقات الطبية داخل بيئة الرعاية الصحية.
- دور إدارة تسويق المعدات الطبية في دورة حياة المنتج من التجربة إلى التقاعد.
- تحديد الفئات المستهدفة وتجزئة السوق لقنوات توزيع الأجهزة والملحقات.
- استراتيجيات دخول السوق ونماذج التوزيع للشركات الصغيرة والمتوسطة.

الوحدة الثانية: استراتيجيات تسويق الأجهزة الطبية وخطط تسويق المعدات

- تصميم خطة تسويق المعدات الطبية خطوة بخطوة مع أهداف قابلة للقياس.
- وضع استراتيجية الأسعار وقيمة العرض مقارنة بالمنافسين في السوق الطبي.
- استراتيجيات تسويق المستلزمات الطبية باحتراف عبر قنوات B2Cg B2B.
- تطوير محتوى علمي وتقني يخاطب الأطباء ومشتريات المستشفيات.
- استراتيجيات بيع الأجهزة الطبية باستخدام المبيعات المباشرة والشركاء.
- كيفية إعداد حملات التسويق الطبي الاحترافي الخاصة بالمنتجات الطبية.
- أدوات وقياسات الأداء لتتبع نجاح خطط تسويق المعدات الطبية.
- استراتيجيات طويلة الأمد لتطوير مهارات تسويق الأجهزة الطبية داخل الفريق.

الوحدة الثالثة: ترويج المنتجات الطبية في المستشفيات والتواصل المؤسسي

- بناء علاقات فعالة مع فرق اتخاذ القرار في المستشفيات والعيادات.
- تنفيذ برامج ترويج المنتج داخل المستشفى مع الامتثال للوائح الداخلية.
- تصميم برامج تعليم طبي مستمرة لتعزيز قبول المنتج وشرح القيمة السريرية.
- إدارة عروض التجريب وأخذ عينات المنتج ومتابعة نتائج الاستخدام السريري.
- حالات عملية لترويج المنتجات الطبية في المستشفيات وقياس مؤشرات التبنّي.
- مهارات ترويج المستلزمات الطبية أثناء المؤتمرات والمعارض والندوات.
- استراتيجيات التواصل مع الفرق السريرية والشراء لتسريع اعتماد الجهاز.
- تطوير مواد تدريبية ومنافع توضح تكلفة الملكية وقيمة المنتج للمشتري.

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

MERCURY

الوحدة الرابعة: أدوات التسويق الرقمي والتحليلات في التسويق الصحي

- استراتيجيات التسويق الرقمي للأجهزة الطبية وحملات المحتوى العلمي.
- إدارة القنوات الرقمية والتسويق عبر وسائل التواصل المتخصصة بالقطاع الطبي.
- بناء حملات إعلانات رقمية متوافقة مع اللوائح وتستهدف الفرق الطبية.
- استخدام البيانات والتحليلات لقياس سلوك العملاء وتحسين خطط تسويق الأجهزة.
- أدوات أتمتة التسويق للتواصل مع العملاء وقياس مؤشرات التحويل.
- دمج إدارة علاقات العملاء مع فرق المبيعات لتعزيز إدارة مبيعات الأجهزة الطبية.
- تحسين محركات البحث للمواقع الطبية ومحتوى المنتج لزيادة ظهور تسويق الأجهزة.
- حالات معملية لقياس تأثير الحملة الرقمية على قرارات الشراء في المستشفيات.

الوحدة الخامسة: الامتثال والضوابط الداخلية ومراجعة فعالية الترويج

- مبادئ الامتثال التنظيمي في ترويج الأجهزة والملحقات الطبية.
- تصميم ضوابط داخلية لعمليات الإعلان والترويج ومراجعة المواد التسويقية.
- مصفوفة المراجعة الفعالة ودور الإدارات ذات الصلة في اعتماد الرسائل.
- تقييم المخاطر التسويقية وخطة الاستجابة للأزمات المتعلقة بالمنتج.
- معايير توثيق الحملات وقياس فعالية الإعلان والترويج بطريقة منهجية.
- تدريب مندوبي المبيعات على التقارير والحدود التنظيمية في الترويج.
- دمج الضوابط مع إدارة تسويق المعدات الطبية لضمان توافق الأنشطة.
- أمثلة على تحسين إجراءات المراجعة الداخلية لتسريع اعتماد الحملات وخفض المخاطر.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية

تمنح هذه الدورة المشاركين قدرة عملية على تصميم وتنفيذ خطط تسويق المعدات الطبية متوافقة مع المتطلبات التنظيمية. توصي الدورة ببناء فرق متكاملة تربط بين إدارة التسويق والامتثال والمبيعات لنجاح ترويج المنتجات الطبية في المستشفيات. تؤكد على أهمية قياس العائد والتحسين المستمر لتطوير مهارات تسويق الأجهزة الطبية على المدى الطويل. تبرز الحاجة لتدريب مستمر في التسويق الطبي الاحترافي وتطبيق استراتيجيات بيع الأجهزة الطبية الحديثة.