MERCURY

إستراتيجية صناعة المحتوى والتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي

19 – 23 أبريل 2027

لندن (المملكة المتحدة)



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

MERCURY

إستراتيجية صناعة المحتوى والتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي

المرجع: 190326_121488 **التاريخ:** 19 – 23 أبريل 2027 **المكان:** لندن (المملكة المتحدة) **الرسوم:** Euro 5800

مقدمة

تهدف هذه الدورة التدريبية في استراتيجية صناعة المحتوى والتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي، إلى تزويد المشاركين بإطار عملي واستراتيجي لصناعة المحتوى وزيادة التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي بصورة مهنية ومنهجية. تركز على بناء هوية محتوى متسقة مع أهداف العلامة التجارية، وتصميم خطة محتوى قابلة للقياس، وتحسين معدلات الوصول والمشاركة عبر أدوات قياس الأداء. كما تغطي طرق تحليل الجمهور وتحديد نوايا البحث والصياغة التي تتوافق مع محركات البحث وسلوك المستخدمين. وتضمن المنهج وحدات تطبيقية نظرية تشرح تصميم المحتوى النصي والمرئي والصوتي، وأساليب نشره وترويجه العضوي. وستتعلم كيفية قراءة بيانات الأداء واستخلاص توصيات للتحسين المستمر. وتخرج بمخطط عملي لخطة محتوى قابلة للتنفيذ وقابلة للتتبع.

الفئات المستهدفة

تستهدف دورة استراتيجية صناعة المحتوى والتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي، الفئات والمحترفين لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء التسويق الرقمي.
- صنّاع المحتوى الرقمي.
- مدراء حسابات وسائل التواصل الاجتماعي.
- مسوقون يبحثون عن تحسين التفاعل.
- أصحاب المشاريع الصغيرة والناشئة.
- موظفو الاتصالات والعلاقات العامة.

أهداف الدورة التدريبية

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في استراتيجية صناعة المحتوى والتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي، سيكون المشاركون قادرين على:

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

- فهم مبادئ استراتيجيّة صناعة المحتوى والأهداف التجارية المرتبطة بها.
- تحديد شخصية الجمهور وخرائط الرحلة ونقاط الألم لكتابة محتوى ذي تأثير.
- تصميم تقويم محتوى سنوي وعمليات نشر متعددة القنوات.
- تطبيق أساليب تحسين ظهور المحتوى عبر محركات البحث ومراعاة نوايا البحث.
- إنشاء محتوى متنوع نصي، بصري، فيديو قصير، بودكاست متوافق مع منصة النشر.
- قياس الأداء باستخدام مؤشرات واضحة واستخلاص توصيات قابلة للتنفيذ.
- رفع معدلات التفاعل وتحويل الجمهور إلى عملاء مهتمين أو متابعين نشطين.
- تصميم حملات ترويجية عضوية ومتكاملة لزيادة الوصول والمشاركة.

الكفاءات المستهدفة

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج استراتيجية صناعة المحتوى والتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي:

- القدرة على كتابة عناوين جذابة ومقنعة تلائم نية الباحث.
- إتقان صياغة نصوص قصيرة وطويلة تتوافق مع السوشيال ومحركات البحث.
- مهارة تصميم محتوى بصري مبسط يتوافق مع الهوية البصرية.
- القدرة على إعداد تقويم محتوى واعتماد جدول نشر منهجي.
- تحليل بيانات التفاعل واستخلاص خطوات تحسين دقيقة.
- استخدام كلمات مفتاحية طويلة الذيل لرفع جودة الاستهداف.
- تهيئة المحتوى لتشجيع المشاركة والتعليقات والمشاركة المجتمعية.
- ربط المحتوى بأهداف تجارية قابلة للقياس.

دراسة سيناريوهات

في تدريب استراتيجية صناعة المحتوى والتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي، سيطوّر المشاركون قدراتهم عبر دراسة السيناريوهات:

- تحليل حالة علامة تجارية زادت متابعيها ولكن تراجع التفاعل.
- تصميم خطة محتوى شهرية لمنتج جديد قبل الإطلاق.
- سيناريو إعادة تموضع صوت العلامة التجارية على انستغرام.
- ضبط تقويم محتوى يوازن بين التثقيف والبيع والتفاعل.
- تحليل منشورات ناجحة وفهم عناصرها القابلة للتكرار.
- وضع مقاييس نجاح لحملة ترويج عضوية مدتها أربعة أسابيع.

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

MERCURY

محتوى الدورة

الوحدة 1: أسس استراتيجية صناعة المحتوى

- تعريف واضح لهدف المحتوى وربطه بأهداف العمل.
- تحديد شخصية الجمهور والتقسيم الديموغرافي والسلوكي.
- تحليل نوايا البحث وربطها بصيغ المحتوى المناسبة.
- اختيار القنوات الأساسية والفرعية لكل نوع محتوى.
- وضع مقاييس أداء أولية KPIs قابلة للقياس.
- مبادئ تناسق العلامة التجارية في الرسائل والأسلوب.

الوحدة 2: تخطيط المحتوى وإعداد تقويم نشر فعال

- خطوات إعداد تقويم محتوى سنوي وشهري.
- تقسيم المحتوى إلى أعمدة موضوعية وسلاسل محتوى.
- تحديد أنواع المنشورات ونسبها في الجدول.
- طرق توليد الأفكار المستدامة وتقنيات العصف الذهني.
- إعداد محتوى موسمي ومناسبات وتقويم احتفالي.
- قواعد إعادة تدوير المحتوى بطريقة احترافية.
- معايير جودة المحتوى قبل النشر.

الوحدة 3: كتابة المحتوى والتحرير لمنصات التواصل

- صياغة عناوين لافتة تلائم المنصة ونية الباحث.
- بناء نصوص قصيرة للبوستات ونصوص طويلة للمقالات.
- أساليب سرد القصص Storytelling لرفع التفاعل.
- كتابة وصف فيديو ونصوص لتيك توك وانستغرام.
- قواعد استخدام النداء إلى الفعل CTA بفعالية.
- تحرير لغوي ونحوي مع مراعاة لهجات الجمهور عند الحاجة.
- استخدام الوسوم والهاشتاغ بشكل استراتيجي.

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

MERCURY

الوحدة 4: محتوى مرئي وصوتي يرفع التفاعل

- مبادئ تصميم الصور الترويجية والمقاطع القصيرة.
- إعداد سيناريوهات فيديو قصيرة قابلة للانتشار.
- اعتماد عناصر الهوية البصرية في القوالب.
- تسجيل بودكاست بسيط وترويج الحلقات عبر السوشيال.
- أساسيات تحرير الفيديو لاستخدامات السوشيال سريعاً.
- إضافة نصوص وعناوين داخل الفيديو لتعزيز المشاهدة.
- قواعد حقوق الصورة والموسيقى وكيفية التوثيق.

الوحدة 5: قياس الأداء وتحسين التفاعل

- أدوات قياس التفاعل وتحليل الجمهور وتفسير النتائج.
- قراءة تقارير الوصول والمشاركة وتحويلها لرؤى.
- اختبارات A/B لعناوين ونصوص وصور المنشورات.
- تحسين معدل النقر ومعدل المشاهدة المكتملة.
- استراتيجيات تنشيط المجتمع وبناء ولاء المتابعين.
- صياغة خطة تحسين شهري بناءً على البيانات.
- وثيقة ختامية لخطوات التنفيذ والمتابعة الدورية.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية

تخرج هذه الدورة المشاركين بخطة محتوى عملية ومصفوفة نشر قابلة للتنفيذ مع مقاييس أداء واضحة لتحسين التفاعل. أوصي بتطبيق دورات تحسين شهرية وورشة عملية لتحليل النتائج وتعديل استراتيجية المحتوى بناءً على بيانات الأداء.