MERCURY

استراتيجيات إدارة الهوية البصرية وتطوير العلامة التجارية

24 – 28 مايو 2027

أمستردام (هولندا)



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

MERCURY

استراتيجيات إدارة الهوية البصرية وتطوير العلامة التجارية

المرجع: 190332_121508 **التاريخ:** 24 – 28 مايو 2027 **المكان:** أمستردام (هولندا) **الرسوم:** Euro 5600

مقدمة

تُعد إدارة الهوية البصرية وتطوير العلامة التجارية من الركائز الأساسية لنجاح المؤسسات في الأسواق التنافسية الحديثة. كما تهدف هذه الدورة التدريبية في استراتيجيات إدارة الهوية البصرية وتطوير العلامة التجارية، إلى تمكين المشاركين من فهم الأسس الاستراتيجية لبناء هوية بصرية قوية تعكس قيم المؤسسة وتدعم حضورها في السوق. وتركز على تطوير العلامة التجارية بطريقة احترافية تعزز التميز المؤسسي وتزيد من الولاء لدى العملاء. وتتناول أحدث الممارسات في تصميم الهوية البصرية وبناء استراتيجية العلامة التجارية بما يتوافق مع توجهات التسويق الرقمي. وتتيح للمشاركين القدرة على تحليل وتقييم العلامات التجارية وتطويرها وفق معايير عالمية. وتسهم في تعزيز التكامل بين الهوية المؤسسية واستراتيجيات التسويق لتحقيق نمو مستدام.

الفئات المستهدفة

تستهدف دورة استراتيجيات إدارة الهوية البصرية وتطوير العلامة التجارية، الفئات والمحترفين لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء التسويق والعلامة التجارية.
- أخصائيو التسويق الرقمي وصناع المحتوى.
- مدراء الشركات الناشئة ورواد الأعمال.
- مسؤولو العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- مصممو الجرافيك ومطورو الهوية البصرية.
- مدراء تطوير الأعمال والاستراتيجيات.
- العاملون في وكالات الإعلان والتسويق.
- المهتمون ببناء علامة تجارية احترافية.

أهداف الدورة التدريبية

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في استراتيجيات إدارة الهوية البصرية وتطوير العلامة التجارية، سيكون المشاركون قادرين على:

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

- فهم مفهوم الهوية البصرية وأهميتها في بناء العلامة التجارية.
- تحليل مكونات الهوية المؤسسية وتأثيرها على صورة الشركة.
- تطوير استراتيجيات فعالة لبناء العلامة التجارية.
- التمييز بين الهوية البصرية والشعار والعلامة التجارية.
- تطبيق منهجيات احترافية في تصميم الهوية البصرية.
- بناء دليل إرشادي متكامل للهوية البصرية.
- تعزيز تناسق الرسائل البصرية عبر القنوات المختلفة.
- تحليل سلوك العملاء وتأثير العلامة التجارية عليهم.
- تطوير استراتيجيات إعادة بناء العلامة التجارية.
- قياس أداء العلامة التجارية باستخدام مؤشرات دقيقة.
- تحسين تجربة العملاء من خلال الهوية المؤسسية.
- ربط الهوية البصرية بالاستراتيجية التسويقية.
- تطبيق أفضل الممارسات في إدارة العلامات التجارية.
- تطوير ميزة تنافسية مستدامة من خلال العلامة التجارية.

الكفاءات المستهدفة

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج استراتيجيات إدارة الهوية البصرية وتطوير العلامة التجارية:

- القدرة على تصميم هوية بصرية احترافية.
- مهارة تحليل العلامات التجارية المنافسة.
- تطوير استراتيجيات تسويق قائمة على الهوية البصرية.
- إدارة العلامة التجارية بشكل استراتيجي.
- إعداد دليل الهوية المؤسسية بشكل متكامل.
- تحسين تجربة المستخدم من خلال التصميم البصري.
- استخدام أدوات تحليل الأداء للعلامة التجارية.
- بناء رسائل تسويقية متسقة بصريًا.
- اتخاذ قرارات استراتيجية مبنية على تحليل السوق.
- تعزيز صورة المؤسسة في السوق المستهدف.

دراسة سيناريوهات

في تدريب استراتيجيات إدارة الهوية البصرية وتطوير العلامة التجارية، سيطوّر المشاركون قدراتهم عبر دراسة السيناريوهات:

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

- تحليل فشل علامة تجارية بسبب ضعف الهوية البصرية.
- دراسة إعادة بناء علامة تجارية ناجحة.
- تقييم هوية بصرية لشركة ناشئة في السوق الرقمي.
- مقارنة بين علامتين تجاريتين في نفس القطاع.
- تحليل تأثير تغيير الشعار على سلوك العملاء.
- دراسة استراتيجيات شركات عالمية في بناء العلامة التجارية.

محتوى الدورة

الوحدة الأولى: مفاهيم الهوية البصرية والعلامة التجارية

- تعريف الهوية البصرية ومكوناتها الأساسية.
- مفهوم العلامة التجارية وأهميتها في التسويق الحديث.
- الفرق بين الهوية البصرية والشعار والعلامة التجارية.
- دور الهوية المؤسسية في بناء الثقة مع العملاء.
- أهمية الاتساق البصري في تعزيز الانطباع الأول.
- العلاقة بين الهوية البصرية وتجربة المستخدم.
- تأثير الألوان والخطوط في إدراك العلامة التجارية.
- دور الثقافة المؤسسية في تشكيل الهوية البصرية.

الوحدة الثانية: تصميم وتطوير الهوية البصرية

- خطوات تصميم هوية بصرية احترافية.
- تحليل السوق قبل تطوير الهوية المؤسسية.
- اختيار الألوان بما يتناسب مع استراتيجية العلامة التجارية.
- تصميم الشعارات وفق معايير احترافية.
- تطوير عناصر التصميم البصري المتكاملة.
- إعداد دليل الهوية البصرية للشركات.
- ضمان التناسق في جميع المواد التسويقية.
- اختبار فعالية الهوية البصرية قبل الإطلاق.

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

MERCURY

الوحدة الثالثة: استراتيجيات بناء العلامة التجارية

- مفهوم بناء العلامة التجارية طويلة المدى.
- تحديد القيم الأساسية للعلامة التجارية.
- صياغة الرسالة والرؤية المؤسسية.
- تطوير استراتيجية العلامة التجارية الرقمية.
- بناء شخصية العلامة التجارية.
- تحديد الجمهور المستهدف بدقة.
- استراتيجيات التميز في الأسواق التنافسية.
- إدارة السمعة الرقمية للعلامة التجارية.

الوحدة الرابعة: إدارة الهوية البصرية عبر القنوات المختلفة

- توحيد الهوية البصرية عبر المنصات الرقمية.
- تطبيق الهوية البصرية في وسائل التواصل الاجتماعي.
- إدارة الهوية في الحملات التسويقية.
- تصميم محتوى بصري متوافق مع العلامة التجارية.
- تحسين تجربة المستخدم عبر التصميم البصري.
- مراقبة الالتزام بدليل الهوية المؤسسية.
- التعامل مع التحديات في تطبيق الهوية البصرية.
- تعزيز التفاعل من خلال الهوية البصرية.

الوحدة الخامسة: تقييم وتطوير العلامة التجارية

- قياس أداء العلامة التجارية باستخدام مؤشرات KPI.
- تحليل نتائج الحملات التسويقية.
- استراتيجيات إعادة بناء العلامة التجارية.
- تطوير العلامة التجارية بناءً على تحليل البيانات.
- إدارة الأزمات وتأثيرها على الهوية المؤسسية.
- تحسين ولاء العملاء من خلال العلامة التجارية.
- استخدام التحليلات الرقمية لتحسين الأداء.
- الابتكار في تطوير الهوية البصرية.

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

MERCURY

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية

تؤكد هذه الدورة على أن نجاح العلامة التجارية يعتمد بشكل أساسي على قوة الهوية البصرية واستراتيجيات إدارتها بشكل متكامل. كما توصي بتبني منهجية مستمرة في تطوير العلامة التجارية لضمان التكيف مع تغيرات السوق وتحقيق التميز التنافسي.