



إتقان اتصالات الشركات، تطبيق قواعد الاتصالات الجديدة

30 أغسطس – 3 سبتمبر 2027
فيينا (النمسا)



إتقان اتصالات الشركات، تطبيق قواعد الاتصالات الجديدة

المرجع: 120477_ 94959 التاريخ: 30 أغسطس - 3 سبتمبر 2027 المكان: فيينا (النمسا) الرسوم: Euro 5900

المقدمة:

تم تصميم هذه الدورة التدريبية لمساعدة المتخصصين في الاتصالات والعلاقات العامة والتسويق على تحقيق ممارساتهم الحالية وقياس فعاليتها في السوق المتغيرة، منذ أن توقع Cluetrain Manifesto التغييرات في الطريقة التي ستتصرف بها الأسواق والمستهلكون، فقد تلاقت الاتصالات / العلاقات العامة والتسويق، تجاوزت مجموعة من القنوات والأدوات الجديدة الكثير من وسائل الإعلام التي اعتدنا على التعامل معها، ولكن العديد من المنظمات بالكاد غيرت نهجها، ستساعد هذه الدورة التدريبية الممارسين على إعادة التفكير في الطريقة التي يمارسون بها العلاقات العامة والاتصالات المؤسسية والتسويق، كما ستساعد مجموعة أدوات المهارات المكتسبة خلال الدورة على زيادة قدرة المشاركين على تلبية أهداف الشركة.

الفئات المستهدفة:

- مدراء اتصالات مؤسسية.
- ضباط ومدراء العلاقات العامة.
- ضباط أو مدراء التسويق.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تطوير اسباب اختيارك لعملائك المحتملين.
- تكوين شخصية شركتك للمساعدة في التفاعل مع جماهيرك الرئيسية.
- تحقيق نتائج قابلة للقياس مثل التبرعات أو المشتريات أو الاشتراكات.
- قياس نتائجك بما في ذلك الإشارات المؤثرة واستفسارات المنتج والمبيعات.
- إنشاء خطة اتصالات.
- تطوير خرائط أصحاب المصلحة التي تركز على الجمهور.

الكفاءات المستهدفة:

- القواعد الجديدة في التسويق والاتصالات.
- الأدوار المتغيرة للعاملين في مجال الاتصالات والتسويق.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور مستهدف محدد.
- كيفية إنشاء محتوى يجذب الانتباه ويجعل القراء يعودون.
- الاستخدام المتزايد للفيديو والصوت وطرق إنتاج محتوى منخفض التكلفة.

محتوى الدورة

الوحدة الأولى، القواعد الجديدة للتسويق والاتصالات:

- الثورة الرقمية وبيئة الإعلام اليوم
- الثورة في سلوك المستهلك
- علم النفس "الإقناع"
- العلاقات العامة واتجاهات التسويق
- المهارات الأساسية لجهات الاتصال والمسوقين
- نهج حل المشكلات للاتصالات

الوحدة الثانية، أصحاب المصلحة، والانقسام، والشخصيات:

- تحليل ورسم خرائط أصحاب المصلحة
- تقسيم جمهورك
- تكوين شخصيات الجمهور
- التواصل مع أصحاب المصلحة، الاتصالات متعددة القنوات
- إضفاء الطابع الشخصي
- الاتصالات ورحلات العملاء

الوحدة الثالثة، تقارب وسائل الإعلام الاجتماعية والتقليدية:

- التسويق المؤثر
- الأبطال وصناع الرأي
- القيادة الفكرية والتدوين
- تسويق محركات البحث
- استخدم الخبرة
- العلاقات الإعلامية المتكاملة

الوحدة الرابعة، إنشاء محتوى فعال:

- إنشاء بيت الرسائل
- رواية القصص والهوية
- الهوية المؤسسية والنغمة والأسلوب
- تقويمات المحتوى الدائم الخصرة
- البث الصوتي كتسويق

الوحدة الخامسة، التقييم والتحليل والتخطيط والاستراتيجية:

- المخرجات، نهج منظم للتقييم
- دورة التخطيط
- التحليل القائم على الأدلة
- نهج تحديد الموقع في الاستراتيجية
- التخطيط واستراتيجية الشركة
- الأهداف الذكية ومؤشرات الأداء الرئيسية