



تحليل وتحسين جودة قنوات التواصل والإستراتيجيات والأدوات  
الفعّالة لتحقيق التفوق الاستراتيجي



## تحليل وتحسين جودة قنوات التواصل والإستراتيجيات والأدوات الفعّالة لتحقيق التفوق الإستراتيجي

### المقدمة:

تعتبر قنوات التواصل أحد أهم الأدوات في بناء العلاقات وتعزيز الولاء للعلامة التجارية. تسعى الشركات إلى تحسين جودة تواصلها مع الجمهور المستهدف لتحقيق أهدافها الإستراتيجية. هذه الدورة المتقدمة تهدف إلى توكين المشاركين من تحليل وتحسين قنوات التواصل باستخدام إستراتيجيات وأدوات فعّالة.

### الفئات المستهدفة:

- موظفو التسويق.
- موظفو العلاقات العامة.
- مستشارو التواصل.
- موظفو العلامات التجارية.
- المحللون الإستراتيجيون.

### الأهداف التدريبيّة:

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحليل قنوات التواصل الحالية وتقييم فعاليتها.
- تطوير إستراتيجيات فعّالة لتحسين جودة التواصل.
- استخدام أدوات تحليل متقدمة لفهم سلوك الجمهور وتفضيلاته.
- تطبيق أفضل الممارسات لتحسين تجربة العملاء.
- قياس وتحليل نتائج إستراتيجيات التواصل.

### الكفاءات المستهدفة:

- التحليل الإستراتيجي.
- التفكير النقدي.
- مهارات التواصل الفعّال.
- إدارة العلاقات.
- استخدام الأدوات التحليلية المتقدمة.

### محتوى الدورة:

#### الوحدة الأولى: تحليل قنوات التواصل الحالية:

- تقييم الوضع الحالي وتعريف الأهداف والأدوات المستخدمة في التقييم.
- جمع البيانات وإستراتيجيات جمع البيانات من القنوات المختلفة.
- تحليل البيانات وتقنيات تحليل البيانات لفهم النداء الحالي.

#### الوحدة الثانية: تطوير إستراتيجيات تحسين قنوات التواصل:

- تحديد الأهداف و وضع أهداف واضحة وقابلة للقياس.
- إستراتيجيات التحسين وتطوير إستراتيجيات مبتكرة لتحسين التواصل.
- تنفيذ الإستراتيجيات وخطوات تنفيذ الإستراتيجيات وتوزيع المهام.

### الوحدة الثالثة: أدوات تحليل سلوك الجمهور:

- أدوات التحليل الرقمية والتعرف على الأدوات الرقمية المستخدمة في تحليل سلوك الجمهور.
- تحليل البيانات الضخمة واستراتيجيات تحليل البيانات الضخمة لفهم تفضيلات الجمهور.
- تحليل الشبكات الاجتماعية وكيفية تحليل التفاعل على الشبكات الاجتماعية واستخلاص النتائج.

### الوحدة الرابعة: تطبيق أفضل الممارسات لتحسين تجربة العملاء:

- تصميم تجربة العملاء ومبادئ تصميم تجربة عملاء ممتازة.
- قياس رضا العملاء واستخدام الاستبيانات والمقابلات لقياس رضا العملاء.
- تحليل نقاط الاتصال وتحليل جميع نقاط الاتصال بين العملاء والعلامة التجارية.

### الوحدة الخامسة: قياس وتحليل نتائج استراتيجيات التواصل:

- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs وتعريف واختيار المؤشرات المناسبة.
- تحليل النتائج واستخدام التقارير والنذوات لتحليل نتائج الاستراتيجيات.
- التعديل والتحسين وكيفية التعديل والتحسين المستمر بناءً على النتائج المحققة.