

رقم الدورة 1803

دورة التسويق الرقمي المتقدم واستراتيجيات النمو

التسويق الرقمي والتسويق عبر وسائل التواصل
المبيعات والتسويق وتجربة العملاء

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

تُعد دورة التسويق الرقمي المتقدم واستراتيجيات النمو برنامجاً تدريبياً احترافياً متقدماً يهدف إلى تطوير القدرات الاستراتيجية والتحليلية والتجارية اللازمة لتخطيط وإدارة وتحسين مبادرات التسويق الرقمي التي تدعم النمو المؤسسي وتحقيق نتائج تجارية قابلة للقياس. وتتجاوز الدورة التعامل مع قنوات التسويق الرقمي بشكل منفصل، لتقدم منهجاً متكاملاً يربط بين بناء العلامة التجارية، واكتساب العملاء، والتفاعل معهم، وتحسين التحويل، والاحتفاظ بهم، وزيادة الإيرادات.

يتطلب التسويق الرقمي الحديث فهماً عميقاً لرحلة العميل وسلوكيات الجمهور الرقمية واتجاهات الأسواق والمنافسة وأداء القنوات المختلفة. وتمنح الدورة المشاركين منهجيات عملية لتطوير استراتيجيات تسويق رقمي متكاملة تجمع بين التسويق عبر محركات البحث، وتسويق المحتوى، ووسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات الرقمية، والتسويق عبر البريد الإلكتروني، وتحليل بيانات العملاء، وقياس الأداء، وتحسين معدلات التحويل. تركز الدورة على اتخاذ القرارات التسويقية المبنية على البيانات وتحقيق النمو المستدام، من خلال تحديد الشرائح عالية القيمة، وتطوير استراتيجيات اكتساب العملاء، وتحسين الحملات الرقمية، ورفع معدلات التحويل، وتخصيص الميزانيات بكفاءة، وقياس المساهمة التجارية للتسويق الرقمي في الإيرادات والنمو. وتناسب الدورة الجهات الحكومية والقطاع العام، والبنوك والمؤسسات المالية، وشركات النفط والغاز، والشركات الصناعية، وشركات التقنية، والمؤسسات المهنية والخدمية، والشركات الكبرى. كما تستهدف مديري التسويق الرقمي والتسويق والنمو والعلامات التجارية والتجارة الإلكترونية وتحليل البيانات والاتصال المؤسسي، والتنفيذيين المسؤولين عن النمو والتحول الرقمي.

أهداف الدورة

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تحليل اتجاهات الأسواق الرقمية وسلوك العملاء والمنافسة وفرص النمو الناشئة.
- تطوير استراتيجيات متقدمة للتسويق الرقمي مرتبطة بالأهداف المؤسسية والتجارية.

- تحديد الشرائح الرقمية عالية القيمة وتقسيم الجمهور وفق الاحتياجات والسلوك والقيمة المحتملة.
- تصميم استراتيجيات متكاملة لاكتساب العملاء عبر القنوات الرقمية المختلفة.
- تطبيق استراتيجيات التسويق عبر محركات البحث والمحتوى ووسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات الرقمية والتسويق الإلكتروني.
- تطوير استراتيجيات لتحسين معدلات التحويل وتجربة العميل الرقمية.
- تقييم أداء الحملات الرقمية باستخدام مؤشرات الأداء التجارية والتسويقية والمالية.
- تحسين توزيع الميزانيات التسويقية بين القنوات بناءً على الأداء والعائد.
- تطبيق تحليل رحلة العميل لتحديد فرص التفاعل والتحويل والتحسين.
- تطوير مبادرات نمو قائمة على البيانات تركز على الاكتساب والاحتفاظ والإيرادات وقيمة العميل.
- تعزيز التكامل بين التسويق الرقمي والمبيعات وتجربة العملاء وتطوير الأعمال.
- إعداد استراتيجية متكاملة للتسويق الرقمي والنمو تتضمن الأهداف والمبادرات والميزانيات ومؤشرات الأداء.

الفئة المستهدفة

تستهدف الدورة المتخصصين المسؤولين عن استراتيجية التسويق الرقمي واكتساب العملاء وتطوير العلامة التجارية والتفاعل الرقمي والنمو التجاري. وتشمل الفئات المستهدفة مديري التسويق الرقمي، ومديري التسويق، ومديري النمو، ومديري الاستراتيجية الرقمية، ومديري العلامات التجارية، ومديري التجارة الإلكترونية، وأخصائي تحليل التسويق، ومديري المحتوى، ومديري وسائل التواصل الاجتماعي، ومتخصصي تجربة العملاء، ومديري تطوير الأعمال.

كما تناسب مديري التسويق والاتصال والتنفيذيين وقادة الأعمال ورواد الأعمال وصناع القرار الذين يسعون إلى تعزيز اكتساب العملاء رقمياً، وتحسين أداء التسويق، وزيادة معدلات التحويل، وبناء نمو رقمي مستدام. ويمكن كذلك للمتخصصين في المبيعات وتجربة العملاء والتقنية وتحليل البيانات والاستراتيجية الاستفادة من البرنامج.

مخرجات التعلم

- بعد إتمام الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تطوير استراتيجيات متقدمة للتسويق الرقمي مرتبطة بأهداف النمو المؤسسي.
- تحليل الأسواق الرقمية والمنافسين وسلوك العملاء والفرص الناشئة.
- تقسيم الجمهور الرقمي وتحديد شرائح العملاء عالية القيمة.
- تصميم استراتيجيات متكاملة لاكتساب العملاء والتفاعل معهم.
- اختيار ودمج القنوات الرقمية وفقاً للأهداف الاستراتيجية ورحلة العميل.
- تطوير استراتيجيات فعالة للمحتوى والتسويق عبر محركات البحث.
- تخطيط وتحسين الحملات الإعلانية الرقمية.
- تحسين معدلات التحويل من خلال تحليل رحلة العميل وتجربته الرقمية.
- تحليل بيانات التسويق وتحويلها إلى قرارات تجارية قابلة للتنفيذ.
- قياس تكلفة اكتساب العملاء والتحويل والمساهمة في الإيرادات وقيمة العميل طويلة الأجل.
- تحسين الميزانيات التسويقية وأداء القنوات المختلفة.
- تطوير استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء وتنمية قيمتهم.
- إعداد لوحات متابعة وتقارير متقدمة لأداء التسويق الرقمي.
- إعداد خطة نمو رقمية قابلة للتنفيذ تتضمن الأولويات والموارد والجداول الزمنية والنتائج المستهدفة.
- المحاور التدريبية

محاوّر الدورة

اليوم الأول

استراتيجية التسويق الرقمي المتقدم وأسس النمو

- تطور التسويق الرقمي ومفهوم التسويق القائم على النمو.
- ربط استراتيجية التسويق الرقمي بالأهداف المؤسسية والتجارية.
- تحليل ديناميكيات الأسواق الرقمية وسلوك العملاء.
- فهم رحلة العميل الرقمية الحديثة.
- بناء شخصيات العملاء وتقسيم الجمهور.
- تحليل المنافسين والموقع التنافسي الرقمي.
- تحديد الفرص والفجوات في الأسواق الرقمية.
- تطوير عروض القيمة الرقمية.
- تحديد الأهداف الاستراتيجية للتسويق الرقمي.
- اختيار القنوات الرقمية وفقاً للأولويات التجارية.
- بناء إطار متكامل لاستراتيجية التسويق الرقمي.
- تطبيق عملي: إجراء تقييم للتسويق الرقمي وتحديد أولويات النمو لمؤسسة مختارة.

اليوم الثاني

اكتساب العملاء وتسويق المحتوى والتسويق عبر محركات البحث

- أسس اكتساب العملاء عبر القنوات الرقمية.
- تطوير استراتيجيات موجهة للجمهور المستهدف.
- تسويق المحتوى والتخطيط الاستراتيجي للمحتوى.
- تحديد ركائز المحتوى والرسائل الموجهة للعملاء.

اليوم الثاني — تابع

- فهم سلوك البحث والنية الرقمية للعميل.
- أسس التسويق الفعال عبر محركات البحث.
- تعزيز الظهور الرقمي والوصول إلى العملاء المحتملين.
- تطوير صفحات الهبوط والمحتوى الموجه للتحويل.
- ربط المحتوى بأهداف اكتساب العملاء.
- توليد العملاء المحتملين وبناء مسارات الاكتساب.
- قياس أداء الاكتساب وتكلفة اكتساب العملاء.
- تطبيق عملي: إعداد استراتيجية متكاملة لاكتساب العملاء تجمع بين المحتوى والظهور في محركات البحث وصفحات الهبوط وتوليد العملاء المحتملين.

اليوم الثالث

الإعلانات الرقمية ووسائل التواصل وتحسين التحويل

- أسس التسويق الرقمي المدفوع.
- تطوير استراتيجيات الإعلانات الرقمية.
- استهداف الجمهور وتقسيمه.
- تحديد أهداف الحملات ونتائج التحويل.
- توزيع الميزانيات بين القنوات الرقمية.
- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والحملات المدفوعة.
- تطوير الرسائل الإعلانية والأفكار الإبداعية.
- إعادة استهداف الجمهور وإعادة التفاعل معه.
- فهم مسارات التحويل الرقمية.
- تحديد العوائق داخل رحلة العميل الرقمية.

اليوم الثالث — تابع

- مبادئ تحسين معدلات التحويل.
- تطبيق عملي: تصميم وتحسين حملة تسويق رقمية تشمل الجمهور والقنوات والميزانية والمحتوى وأهداف التحويل ومؤشرات الأداء.

اليوم الرابع

التحليلات الرقمية وقياس الأداء وتحسين التسويق

- فهم تحليلات التسويق الرقمي.
- تطوير مؤشرات الأداء الرئيسية للتسويق الرقمي.
- قياس الوصول والتفاعل والزيارات والعملاء المحتملين والتحويلات والإيرادات.
- تحليل تكلفة اكتساب العملاء والعائد على الاستثمار التسويقي.
- تقييم أداء القنوات والحملات الرقمية.
- تحديد الأنشطة عالية الأداء والأنشطة ضعيفة الأداء.
- استخدام بيانات رحلة العميل لتحسين القرارات التسويقية.
- تطوير لوحات متابعة أداء التسويق الرقمي.
- تحسين الميزانية وتخصيص الموارد.
- اختبار البدائل وتحسين الحملات بصورة مستمرة.
- اتخاذ القرارات التسويقية المبنية على البيانات.
- تطبيق عملي: تحليل بيانات أداء التسويق الرقمي وتحديد فجوات الأداء وإعداد توصيات للتحسين.

اليوم الخامس

استراتيجيات النمو المتقدم والاحتفاظ بالعملاء والتحول الرقمي

- تطوير استراتيجيات النمو الرقمي المستدام.
- دمج التسويق الرقمي مع المبيعات وتطوير الأعمال.
- الاحتفاظ بالعملاء وإدارة دورة حياة العميل.
- زيادة القيمة طويلة الأجل للعميل.
- تطوير فرص البيع الإضافي والتوسعي عبر القنوات الرقمية.
- تصميم تجارب رقمية مخصصة للعملاء.
- أتمتة الأنشطة التسويقية وتعزيز تفاعل العملاء.
- استخدام بيانات العملاء لاكتشاف فرص نمو جديدة.
- بناء نماذج تشغيل قابلة للتوسع للتسويق الرقمي.
- تطوير حوكمة التسويق الرقمي وآليات مراجعة الأداء.
- بناء ثقافة التحسين المستمر والتجريب التسويقي.
- ورشة العمل الختامية: إعداد استراتيجية متكاملة للتسويق الرقمي والنمو تشمل تحليل السوق، وتقسيم الجمهور، ورحلة العميل، واستراتيجية الاكتساب، وتسويق المحتوى، والتسويق عبر محركات البحث، ووسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات الرقمية، وتحسين التحويل، والتحليلات، وتوزيع الميزانية، والاحتفاظ بالعملاء، ومؤشرات الأداء، والحوكمة، ومبادرات النمو المستدام.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة:

<https://quest-training.com/courses/advanced-digital-marketing-growth-strategies-training-course>الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440