التسويق و المبيعات · MS38

استراتيجيات التسويق والبيع الحديثة

دبي (الامارات العربية المتحدة) · 29 نوفمبر 2026 - 3 ديسمبر 2026

التاريخ	المدينة	المدة
29 نوفمبر 2026 - 3 ديسمبر 2026	**دبي (الامارات العربية المتحدة)**	**أسبوع واحد**
الرسوم	**الرمز**	**اللغة**
£3,650 GBP	**MS38**	**العربية**

المقدمة

قامت استراتيجيات التسويق الحديثة التي تستخدم الإنترنت بدور كبير في تغيير وجه التسويق وطرقه بشكل جذري خلال السنوات الأخيرة، فقد انتهت حقبة التسويق التقليدي القديم الذي كان يعتمد على لافتات الطرق والتلفاز والراديو والاتصال الهاتفي وغيرها من وسائل التسويق التي لم تعد فعالة، وتم استبدالها بوسائل تسويق حديثة تعتمد بالكامل على توظيف شبكة الإنترنت ومعداتها في عملية التسويق، لذا يجب الاهتمام باستخدام أساليب التسويق الفعالة في الوقت الحالي من أجل الحصول على نتائج تسويقية أفضل.

استراتيجية التسويق الفعالة والحديثة هي التي تضع اهتمامات ورغبات واحتياجات العميل في الاعتبار عند القيام بإنشاء وتصميم استراتيجية التسويق الخاصة بالشركة، فالعميل هو محور الاهتمام الأول والوحيد في عملية التسويق لأنه بدونه لن يكون أي مبيعات وتحقيق للأرباح، فإن كانت استراتيجية التسويق مبنية بشكل كامل حول العميل سيكون من السهل على العميل التفاعل مع الشركة وبناء علاقة عمل قوية معها تدوم لفترات طويلة.

استراتيجية العمل الناجحة هي التي تقوم الشركات بإنشائها وتصميمها للعمل والتسويق لجميع العملاء المحليين منهم والعالمين في جميع دول العالم، والتي تركز بشكل كبير على اهتماماتهم ورغباتهم، فالعملاء يشتركون في الاهتمامات والرغبات سواء كانوا محليين أم عالميين فهم بشر في النهاية يشتركون في كثير من الاهتمامات والرغبات.

يهدف هذا البرنامج الى تنمية مهارات المشاركين في الإلمام بالإستراتيجيات التسويقية الحديثة و العمل على تطبيقها بهدف تنشيط عمليات البيع و رفع القوى التنافسية لمنشأتهم .

أهداف دورة استراتيجيات التسويق والبيع الحديثة

بعد الانتهاء من هذه الدورة حول استراتيجيات التسويق والبيع الحديثة ، سيتمكن المشاركون من:

- مفهوم المزيج التسويقي للمنشآة و إستراتيجيات التسويق (المنتج ـ السعر ـ التوزيع)
- متابعة و تقييم الأداء التسويقي (نظام المعلومات التسويقية ـ تقارير رجال البيع ـ أساليب جمع البيانات ـ التغذية العكسية)
- مناقشة المفهوم الحديث للتسويق و إستراتيجياته (الأثر على المبيعات ـ أساسيات السوق ـ بحوث التسويق ـ إستراتيجية القائد أو التابع) . مفهوم و أهداف بحوث التسويق و مجالاتها (خطوات البحث العلمي في مجال بحوث التسويق ـ بحوث المستهلك ـ بحوث المنتج ـ التحليل الكمي في بحوث التسويق ـ سيكولوجية المستهلك ـ تخطيط المنتجات)
- المنافسة المحلية و العالمية و إستراتيجيات التخطيط الحديثة لمواجهتها .
- أساليب تطوير السياسات البيعية و إستراتيجيات التسويق (إستراتيجية تجزئة السوق ـ إستراتجية البرنامج التسويقي ـ إستراتيجية تخطيط المنتجات ـ إستراتيجية التسعير ـ إستراتيجية الإعلان و الترويج ـ إستراتيجية التوزيع ـ الإستراتيجية

التنافسية)

منهجية دورة استراتيجيات التسويق والبيع الحديثة

يعتمد البرنامج في المقام الأول على الأساليب التشاركية ، وذلك باستخدام المناقشات المنظمة ، ومجموعات العمل ، وجلسات العصف الذهني ، ودراسات الحالة ، ولعب الأدوار ، والألعاب التدريبية المناسبة لنزع فتيل التوتر وتشجيع المتدربين على ذلك ، فهو ينشطك لتحقيق أهداف برنامجك.

تتميز طريقة التدريب في هذا البرنامج بكونه يجمع بين التدريب والاستشارة. يزود المدربون مجموعات العمل بالدعم اللازم للمساهمة بشكل شخصي ومباشر في تطوير مستويات الإدارة والقيادة.

تأثير دورة استراتيجيات التسويق والبيع الحديثة على المؤسسة

سيساعد الموظفون الذين يحضرون هذه الدورة التدريبية مؤسستك على تحقيق الفوائد التالية:

- تحسين استراتيجيات التسويق والبيع
- زيادة الوعي بالعلامة التجارية وتعزيزها
- تحسين تجربة العملاء
- زيادة القدرة على التنافسية

التأثير الشخصي لاستراتيجيات التسويق والبيع الحديثة

- تطوير المهارات الشخصية
- تعزيز الثقة والاعتماد على الذات
- توسيع آفاق العمل والفرص المهنية
- تحقيق النجاح والتفوق

الفئات المستهدفة

هذه الدورة التدريبية مناسبة لمجموعة واسعة من المهنيين ولكن سوف تفيد كثيراً:

- مديري ورؤساء أقسام التسويق و مساعديهم
- مديري الإدارات التجارية
- استشاري المبيعات
- مديري التجارة الإلكترونية

و المرشحين لشغل هذه الوظائف في كافة أنواع المنظمات و أيضاً

محاور الدورة

اليوم الأول

- المفهوم الحديث للتسويق و إستراتيجياته
- أساسيات السوق
- بحوث التسويق
- الأثر على المبيعات
- إستراتيجية القائد أو التابع
- طبيعة و مفهوم و أهداف بحوث التسويق و مجالاتها

اليوم الثاني

- خطوات البحث العلمي في مجال بحوث التسويق
- بحوث المنتج

- بحوث المستهلك
- التحليل الكمي في بحوث التسويق
- سيكولوجية المستهلك
- تخطيط المنتجات
- المزيج التسويقي للمنشآة و إستراتيجيات التسويق

اليوم الثالث

- المنتج
- السعر
- التوزيع
- أساليب تطوير السياسات البيعية و إستراتيجيات التسويق
- إستراتيجية تجزئة السوق
- إستراتجية البرنامج التسويقي

اليوم الرابع

- إستراتيجية تخطيط المنتجات
- إستراتيجية التسعير
- إستراتيجية الإعلان و الترويج
- إستراتيجية التوزيع
- الإستراتيجية التنافسية
- متابعة و تقييم الأداء التسويقي

اليوم الخامس

- نظام المعلومات التسويقية
- تقارير رجال البيع
- أساليب جمع البيانات
- التغذية العكسية
- المنافسة المحلية و العالمية و إستراتيجيات التخطيط الحديثة لمواجهتها .
- تقييم وختام البرنامج التدريبي

سجّل أو استفسر عن هذه الدورة عبر الموقع
https://www.hplustraining.com/ar/cities/%D8%AF%D8%A8%D9%8A/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%AC%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%AB%D8%A9-31198
training@hplustraining.com · +44 74 0108 8599 · +90 539 827 59 14