التسويق و المبيعات · MS40

# الابتكار والإبداع في التسويق الشامل

باريس (فرنسا) · 23 - 27 نوفمبر 2026

| التاريخ | المدينة | المدة |
| --- | --- | --- |
| **23 - 27 نوفمبر 2026** | **باريس (فرنسا)** | **أسبوع واحد** |
| الرسوم | الرمز | اللغة |
| **£5,150 GBP** | **MS40** | **العربية** |

## المقدمة

التسويق الشامل هو التسويق الذي يعتمد على تكامل مختلف أقسام الشركة وانسجامها في سبيل تحقيق الأهداف البيعية و التسويقية المسطرة, مثل تكامل قسم الموارد البشرية و قسم البحث والتطوير وقسم التمويل.

يقوم التسويق الشامل على رؤية شمولية نابعة من جميع الزوايا الممكنة من داخل الشركة (360 درجة)، فيمكن مثلاً لأيّ قسم أو موظف في الشركة اقتراح أفكار مرتبطة بتحسين أنشطة التسويق ورفع كفاءتها، سواء كان هذا القتراح بشكل مباشر أو غير مباشر.

على سبيل المثال، يقترح رجال البيع تحسينات معينة متعلقة بالمنتج على مسؤولي قسم الإنتاج الذي يطلب بدوره الموارد المالية اللازمة لهذه التحسينات من قسم التمويل، ويطلب أيضاً الموارد البشرية الإضافية من قسم الموارد البشرية.

يُعتبر التسويق الشامل نقيض التسويق المتخصص لأنه يركز على نسبة مبيعات مرتفعة وأسعار منخفضة، ويهدف إلى تقديم خدمات ومنتجات تجذب السوق ككل. يستهدف التسويق المتخصص شريحة مخصصة جدًا من السوق، على سبيل المثال، السلع أو الخدمات المتخصصة التي لها عدد قليل من المنافسين في السوق أو التي لا منافسين لها على الإطلاق.

تقدم هذه الدورة التدريبية مجموعة متنوعة من مفاهيم التسويق الرئيسية وتمكن المشاركين من اكتساب معرفة قوية بموضوعات التسويق الأساسية مثل التخطيط والتسويق والتدقيق والاتصالات وأبحاث التسويق وأخيراً التسويق الإلكتروني. هذه الدورة مهمة لجميع المهنيين الذين يرغبون في الاستفادة من مجال التسويق لأول مرة أو الذين يرغبون في تحديث معارفهم التسويقية.

## أهداف دورة الابتكار والإبداع في التسويق الشامل

### بعد الانتهاء من هذه الدورة حول الابتكار والإبداع في التسويق الشامل، سيتمكن المشاركون من:

- القيام بالتدقيق و التحليل التسويقي لعمل دراسة أفضل حول البيئات الكلية و الجزئية
- حالات دراسية: أفضل الممارسات و الأدوات و النماذج لتنفيذ نظام فعّال في تسويق و إدارة المبيعات
- نبذه شاملة عن مفهوم التسويق بشقّيه التلقيدي و الحديث
- وضع إستراتيجيات و مبادرات و برامج لبناء و الحفاظ على الميزة التنافسية في السوق
- التعرف على سلوك المستهلك النهائي و سيكولوجية الشراء لديه
- تطبيق التخطيط و تنفيذ إستراتيجيات التسويق الحديثة لتعزيز النتائج المؤسسية
- تحديد إطار عمل التسويق للمنظمة

## منهجية دورة الابتكار والإبداع في التسويق الشامل

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 الابتكار والإبداع في التسويق الشامل على المؤسسة

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

- تطوير منتجات وخدمات مبتكرة
- زيادة قدرة المؤسسة على التكيف
- تحسين تجربة العملاء
- تعزيز القيمة المضافة والتميز التنافسي
- تعزيز روح الفريق والابتكار المؤسسي

## التأثير الشخصي لالابتكار والإبداع في التسويق الشامل

**حضور الموظفين لهذه الدورة التدريبية سوف يساعدهم على تحقيق المزايا التالية:**

- تنمية المهارات الإبداعية
- تعزيز الثقة والاستعداد للتحدي
- تحسين قدرات حل المشكلات
- تعزيز الروح المبادرة

## الفئات المستهدفة

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

- مدراء العلاقات العامة
- أخصائيي إدارة العمليات
- مدراء التسويق
- موظفي الإتصالات التسويقية والمبيعات
- مشرفو مراكز الإتصال
- موظفي قسم التسويق والعلاقات العامة

## محاور الدورة

### اليوم الأول

- المزيج التسويقي الفعّال
- إدارة جهود التسويق
- نبذة عن تطور مفاهيم التسويق
- سلوك المستهلك و سيكولوجية الشراء
- تعريف التسويق و إدارته

### اليوم الثاني

- إستهداف الأسواق
- التموضع
- تجزئة الأسواق
  - الخطوات

- الأسس و المعايير

### اليوم الثالث

- التخطيط التسويقي
- البيئة التسويقية
- أدوات تحليل السوق
  - تحليل المتعاملين
  - تحليل بورتر
  - TWOS
  - PESTL
  - SWOT

### اليوم الرابع

- التسويق الإلكتروني
- بحوث السوق
  - تعريف
  - الأنواع
  - الخطوات

### اليوم الخامس

- إستراتيجيات المزيج الترويجي
- الإتصالات التسويقية الفعالة
- تقييم الحملات الترويجية
- الحملات الترويجية
  - المفهوم
  - الأهداف
  - الخطوات

**سجّل أو استفسر عن هذه الدورة عبر الموقع**
https://www.hplustraining.com/ar/cities/paris/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%A8%D8%AA%D9%83%D8%A7%D8%B1-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D8%B9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A7%D9%85%D9%84-36193
training@hplustraining.com · +44 74 0108 8599 · +90 539 827 59 14