



دورة:

التسويق وإدارة الفعالية وخدمة العملاء

4 - 8 نوفمبر 2024

لندن (المملكة المتحدة)

Landmark Office Space - Oxford

التسويق وإدارة الفعالية وخدمة العملاء

رمز الدورة: MA12536 تاريخ الإنعقاد: 4 - 8 نوفمبر 2024 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - Oxford - Space Office Landmark رسوم الاشتراك: Euro 5250

المقدمة:

يعد هذا البرنامج التدريبي المتكامل نقطة البداية للدخول في هذا المجال، حيث يقدم للمشاركين التأهيل اللازم للفهم والالمام الكامل بأساسيات العمل كموظف مبيعات أو موظف تسويق أو العمل في مجال خدمة العملاء.

إن تنظيم المؤتمرات و الفعاليات يعد من الطرق المثيرة والمبتكرة لإيصال الرسائل الإتصالية لدى المؤسسات والمنظمات، وسواء كانت لغرض إطلاق منتج أو خدمة جديدة أو بغرض جمع التبرعات وعرض الإنجازات، إلا أن إدارة الفعاليات والتخطيط لها تبقى من أكثر المجالات تعقيداً وإغراقاً في التفاصيل نتيجةً للكثافة الهائلة من المهام والإجراءات التي يجب الأخذ بها والتنسيق من أجل توفيرها وإكمالها، فإنه بإمكاننا تطوير وتنفيذ المؤتمرات والأنشطة المبتكرة لإحداث التأثير المطلوب لدى الجمهور.

أهداف الدورة:

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من:

- تاهيل الراغبين في البحث عن وظيفة ضمن احدى مجالات التسويق أو المبيعات أو خدمة العملاء.
- فهم التسويق و دوره في المؤسسات.
- تطبيق الخطوات المختلفة لعملية البيع وتحديد حاجة كل خطوة
- تسهيل مهمة منظمي المؤتمرات والاحتفالات في الإعداد والترتيب والتنظيم من خلال تمكينهم من حصر الإجراءات والمهام المطلوب القيام بها بكل دقة.
- فهم أسس تنظيم المؤتمرات والفعاليات وأهميتها.
- استيعاب خصائص تنظيم الفعاليات والمؤتمرات.
- تحليل وتطبيق مبادئ المفاوضات الناجحة والتعامل مع الاعتراضات
- التعرف على أساسيات خدمة العملاء والنتائج المؤثرة

الكفاءات المستهدفة:

- المديرين الذين يتولون مسؤولية التسويق وإدارة الفعالية وخدمة العملاء.
- المسؤولين عن مجالات التسويق وإدارة الفعالية وخدمة العملاء.
- المهتمين بتطوير مهاراتهم في مجالات التسويق وإدارة الفعالية وخدمة العملاء
- التخطيط التسويقي
- التدقيق على الجهود التسويقية
- التسويق الرقمي

- عمليات المبيعات/ عملية البيع والشراء
- التخطيط لفرص البيع
- تقنيات بيع الكماليات والبيع المتبادل

الفئات المستهدفة:

- الأفراد الذين يعملون في المبيعات.
- مهنيو تطوير الأعمال الذين يحتاجون إلى المعرفة العملية الحديثة لاستراتيجيات وتقنيات التسويق.
- فريق خدمة الدعم فضلاً.
- المرشحين المحتملين لوظائف قسم التسويق، خدمة العملاء و المبيعات الذين يسعون إلى تطوير مهاراتهم في البيع.

المحاور العامة للبرنامج:

اليوم الاول:

مفاهيم العلاقات العامة

- المواصفات المطلوبة للنجاح في مجال العلاقات العامة
- أدوات العلاقات العامة
- التعريف والأدوار والأوضاع
- صفات موظف العلاقات العامة الناجح

التسويق:

- التسويق موقعه ودوره في الشركات ومنظمات الاعمال
- الشركة والبيئة الخارجية المباشرة والكلية
- القوى التنافسية لبورتر :
- المنتجات البديلة
- المنافسون الجدد
- حدة المنافسة من الخصوم
- قدرة المشتريين على المساومة
- قدرة الموردین على المساومة

اليوم الثاني:

- تقسيم تجزئة السوق : Segmentation Market
- مزايا تقسيم السوق
- أساليب تقسيم السوق
- تقدير حجم السوق المستهدف
- أمثلة لتقسيم السوق
- استهداف الشريحة السوقية

الفعاليات، المؤتمرات و المعارض

- تعريف الفعاليات، المؤتمرات و المعارض
- أنواع الفعاليات، المؤتمرات و المعارض

اليوم الثالث:

- المزيج التسويقي 4P :
 - المنتج Product
 - السعر Price
 - التوزيع Place
 - الترويج Promotion
- المزيج الترويجي :
- الإعلان Advertising
- ترويج المبيعات Promotion Sales
- العلاقات العامة Relations Public
- البحوث التسويقية
- التسويق الاستراتيجي
- اعداد الخطة التسويقية
- بناء العلامة التجارية Branding

اليوم الرابع:

دورة تدريبية في المبيعات

- ادارة المبيعات موقعها ودورها في الشركات ومنظمات الاعمال

- التنبؤ بالمبيعات
- مفاهيم وأساليب التنبؤ
- أهمية التنبؤ بالمبيعات والغرض منها
- الأساليب الكيفية للتنبؤ بالمبيعات
- الأساليب الكمية للتنبؤ بالمبيعات
- طرق التنبؤ بإمكانيات السوق
- إدارة المبيعات ومهارات البيع
- مفاهيم إدارة المبيعات دور مدير المبيعات
- الأدوات المستخدمة لمتابعة عمليات البيع
- مفهوم البيع الشخصي للمستهلك مباشرة
- مؤهلات ومسئوليات مندوب المبيعات
- سلوكيات المشتري وعملية البيع
- التخطيط وإجراء مكالمات البيع بالتليفون
- مهارات التواصل والتفاوض لمندوب المبيعات

اليوم الخامس:

دورة تدريبية في خدمة العملاء

- دور خدمة العملاء في الشركات ومنظمات الاعمال
- العوامل المؤثرة في رضا العميل
- انواع العملاء وكيفية التواصل معهم باحترافية
- التعامل الاحترافي مع شكاوى العملاء

متابعة وتقييم نشاطات الفعاليات

- مراقبة نشاطات المؤتمر أو الفعالية
- العوامل الرئيسية في التقييم
- فوائد المتابعة
- لجنة التنسيق والمتابعة
- المتابعة والتقييم