



**دورة:**

**الاستراتيجيات المعاصرة في التسويق العقاري**

**14 - 18 يوليو 2024**

**دبي (الإمارات العربية المتحدة)**

**Residence Inn by Marriott Shei**

## الاستراتيجيات الرعاصرة في التسويق العقاري

رمز الدورة: SM12459 تاريخ الإنعقاد: 14 - 18 يوليو 2024 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - Marriott by Inn Residence  
Shei رسوم الإشتراك: Euro 4150

### مقدمة

يعد التسويق العقاري أحد أهم الموضوعات التطبيقية في علم التسويق، ذلك أن طبيعة المنتج العقاري وتفرد خصائص العملاء في السوق العقاري التي تنسم بالتنوع والقيمة المرتفعة للصفقة العقارية، فضلاً عن أن قرار شراء العقار لا يتكرر كثيراً ويشارك في اتخاذه عناصر عديدة، بالإضافة إلى أن الدراسات التي أجريت على شركات العقار التي تستهدف زيادة معدل نمو أرباحها وتوسيعها الاستثماري أو تلك التي تعاني من مشاكل في السيولة والتعثر المالي كان عامل تحسين الكفاءة التسويقية هو العامل الرئيسي في زيادة كفاءة أنشطة تلك الشركات، ومن ثم فإن دراسة أسس ومبادئ التسويق وتطبيقاتها في مجال العقار وكيفية إعداد الخطط والاستراتيجيات التسويقية وتحليل المنافسة للمنتجات العقارية يمثل أهمية خاصة تتناولها هذه الورشة حيث يتم ذلك في إطار متكامل يجمع بين التأصيل النظري الذي لا غنى عنه والتطبيق العملي الذي يعكس واقع التسويق العقاري ومشكلاته، إن هذه الورشة ستفتح لك الطريق وستقدم لك البدائل المختلفة لإدارة العملية التسويقية بكفاءة والاستفادة من نقاط القوة التسويقية التي تتوافر لديك ومن ثم كسب ثقة العملاء وزيادة حصتك السوقية.

### أهداف البرنامج

**إكساب المشاركين المفاهيم الأساسية في التسويق وتطبيقها في مجال العقار وتعريفهم الإطار المتكامل لإعداد خطط واستراتيجيات التسويق العقاري الفعالة من خلال :**

- دراسة الفكر التسويقي الحديث وتطبيقه على المنتجات العقارية.
- تناول عناصر التسويق العقاري.
- معرفة الإطار العام لخطة تسويق المنتجات العقارية.
- تحليل عناصر خطة التسويق العقاري تحليل السوق، صياغة الأهداف التسويقية، الإستراتيجية التسويقية، إعداد الخطط التسويقية، وضع برامج التنفيذ الفعلية.
- دراسة نماذج عملية في تخطيط العملية التسويقية وتحقيق الأهداف البيعية في سوق العقار.
- تناول الجوانب المختلفة لتحليل المنافسة وأثرها على المركز السوقي للشركة.
- تحليل مصادر القوة والضعف للمنافسين وأثرها على المبيعات من المنتجات العقارية المختلفة.
- تقديم تجارب ناجحة في تحقيق الأهداف البيعية والتسويقية.

### الجمهور المستهدف

- المدراء ومتخذي القرار في الشركات والمكاتب العقارية.
- أخصائيو التسويق في شركات العقار.
- رجال البيع والقائمون على خدمة العملاء في شركات العقار.
- مدراء المنتجات العقارية في البنوك وشركات التمويل والتأمين.
- المثمنون العقاريون ووسطاء التمويل العقاري.

### المحاور العامة للبرنامج

- الفكر التسويقي الحديث وتطبيقه على المنتجات العقارية .
- عناصر المزيج التسويقي العقاري.
- عناصر الخطة التسويقية في مجال العقار
- تحليل السوق العقاري دراسة قطاع العملاء المستهدفين، تحديد حاجات ورغبات العملاء من المنتجات العقارية.
- صياغة الأهداف التسويقية.
- إعداد الإستراتيجية التسويقية.
- وضع برامج التنفيذ الفعلية.
- المتابعة والتقييم.

- الأساليب المختلفة لتحديد الأهداف البيعية والتسويقية.
- الطرق المختلفة لتحقيق أهداف المبيعات من المنتجات العقارية.
- جوانب تحليل المنافسة كأحد محددات تحقيق خطط المبيعات.
- مكونات التفوق التنافسي في سوق العقارات.
- تحليل عناصر القوة والضعف T.O.W.S في سوق العقار.
- حالات عملية في التسويق والبيع العقاري.