Global Horizon
TRAINING CENTER

دورة:

إعداد الخطط التسويقية

1 - 5 ديسمبر 2025

مانشستر

إعداد الخطط التسويقية

رمز الدورة: SM10468 تاريخ الإنعقاد: 1 - 5 ديسمبر 2025 دولة الإنعقاد: مانشستر - رسوم الإشتراك: 5750 Euro

مقدمة:

إن الخطة التسويقية لأي شركة هي نافذة النجاح في تحقيق أهداف هذه الشركة لتحملها إلى غاياتها, وفي الواقع هناك ثلاث أنواع من الشركات, تلك التي تجعل الأشياء تحدث, وتلك التي تراقب الأشياء وهي تحدث, وتلك التي تتعجب مما يحدث, وإن خطة التسويق يجب أن تجعل الأشياء تحدث ! وبوجود خطة تسويق معدّة جيدا، فإن هدف الشركة يصبح جعل الأشياء تحدث بدلاً من التعجب مما يحدث !
يمكن القول أن الخطة التسويقية هي خطة عمل للشركة تتركز بشكل أساسي على المبيعات والتسويق، لكن هذا التعريف البسيط لا يعكس الأهمية والتعقيد الذين يميزان الخطة التسويقية، إذ لا بد لأي خطة تسويقية أن تجيب على الأسئلة التالية:

- أين هو موقع الشركة الآن؟
- إلى أين تريد أن تصل؟
- ما هو السبيل للوصول إلى هناك؟

فالخطة التسويقية هي وثيقة مكتوبة - لا تزيد على الـ 10 صفحات في الغالب - تحدد الاستراتيجية، وبيئة التسويق، والزبائن المتوقعين، والمنافسة المنتظرة إضافة للأهداف الموضوعة للمبيعات والربح للعام القادم، كما يتم فيها تفصيل وتوضيح الأفعال والإجراءات اللازمة لتحقيق الأهداف التسويقية الموضوعة, وإن أهم عاملين في الإعداد الناجح للخطة التسويقية هما المرونة التي تسمح بالتغيير، وقابلية التعامل مع الأقسام الأخرى للمشروع المالية، الإنتاج، البحث والتطوير،....

وتحتوي الخطة التسويقية على أهدافك وإستراتيجياتك التسويقية والوسائل التي تستخدمها في سبيل إنجاز هذه الاستراتيجيات والأهداف فهذه الدورة تهدف الى وضع المعايير السليمة لإعداد خطط تسويقية متكاملة تساعد المنشأة في تحقيق أهدافها التسويقية والبيعية.

أهداف البرنامج:

سيكون المشاركون في نهاية البرنامج التدريبي قادرين على:

- تحديد نقاط القوة والضعف ووضع الإستراتيجيات لمعالجة نقاط الضعف.
- الفهم الجيد حول الإستراتيجيات الناجحة الإستراتيجيات الفاشلة.
- تلبية احتياجات ومتطلبات العملاء من خلال الفهم الجيد للفئة المستهدفة.
- وضع خطة تسويقية متكاملة الأركان.
- وضع إستراتيجيات طويلة المدى في بناء العلاقات مع العملاء.

الكفاءات:

- قدرة على تحليل السوق والمنافسين والعملاء والمنتجات.
- مهارات تطوير استراتيجيات التسويق الفعالة.
- قدرة على تطوير خطط تسويقية متكاملة.
- مهارات التواصل والتفاوض والعرض.

الجمهور المستهدف:

- مدراء أقسام المبيعات.
- موظفو أقسام التسويق.
- موظفو أقسام المبيعات.
- مالكي وأصحاب الشركات.
- مدارء الشركات.
- مدراء أقسام التسويق.
- كل من يرغب بتطوير مهاراته وخبراته ويرى الحاجة إلى هذه الدورة.

المحاور العامة للبرنامج:

اليوم الأول:

- كيفية دراسة الوضع الحالي للشركة.
- الملخص التنفيذي.
- الأهداف والإجراءات وترتب الأولويات.
- تحليل البيئة الداخلية والخارجية.
- المزيج التسويقي.

اليوم الثاني:

- تحليل "PESTLE".
- تحليل "TOWS&SWOT".
    - نقاط القوة أو مكامن القوة لدى الشركة.
    - نقاط الضعف الذي قد تكون مصابة به الشركة.
    - الفرص المتاحة للشركة.
    - التهديدات التي تواجه الشركة.
- تحليل المنافسين.

اليوم الثالث:

- دراسة سلوك المستهلك.
- وضع الاستراتيجيات التسويقية.
- الإجراءات الضرورية المطلوبة للفوز بصفقات تجارية.

- دراسة المزيج التسويقي.

اليوم الرابع:

- الميزة التنافسية التي تتمتع بها الشركات.
- الفرص المتاحة وتقييم المخاطر في السوق.
- كيفية إعداد الميزانية التسويقية.

اليوم الخامس:

- وضع الخطط التسويقية.
- كيفية إعداد خطة التنفيذ.
- معايير التقييم والمتابعة.
- توضيح المسار "إلى أين تريد الوصول وما هي الوسائل التي ستمكننك من الوصول".
- المشاكل التي تواجه الخطة التسويقية.