



دورة:
بناء العلامة التجارية وتسويقها: من الفكرة إلى النجاح

18 - 22 أغسطس 2025
ميلانو

بناء العلامة التجارية وتسويقها: من الفكرة إلى النجاح

رمز الدورة: SM12903 تاريخ الإنعقاد: 18 - 22 أغسطس 2025 دولة الإنعقاد: ميلانو - رسوم الإشتراك: Euro 5500

المقدمة:

في عالم الأعمال اليوم، حيث تتسارع المنافسة وتزداد التحديات، أصبحت العلامة التجارية العامل الأساسي الذي يميز المؤسسات عن بعضها البعض. العلامة التجارية ليست مجرد اسم أو شعار؛ إنها تعكس قيم المؤسسة ورسالتها وتجربتها المقدمة للعملاء. يمثل بناء علامة تجارية قوية القدرة على إنشاء صورة ذهنية ثابتة ومستدامة في أذهان العملاء، وهو ما يعزز الولاء ويدفع إلى المزيد من التفاعل والإقبال.

تسويق العلامة التجارية يتطلب فهمًا عميقًا لاحتياجات العملاء وتوقعاتهم، إلى جانب تطبيق استراتيجيات تسويقية مبتكرة تسهم في تحسين الوعي بالعلامة وبناء علاقة مستدامة مع الجمهور. من خلال الجمع بين المعرفة النظرية والممارسات العملية، ستقدم هذه الدورة للمشاركين الأدوات اللازمة لفهم كيفية بناء علامة تجارية قوية، وكيفية تسويقها بطرق فعالة من خلال وسائل التسويق التقليدية والرقمية.

ستركز الدورة أيضًا على كيفية تحسين استراتيجيات العلامة التجارية بمرور الوقت، والتكيف مع التغيرات في السوق واحتياجات العملاء. إن تطوير العلامة التجارية وتسويقها بنجاح يتطلب جهودًا متواصلة تجمع بين الإبداع والتخطيط الاستراتيجي والتفاعل المستمر مع الجمهور المستهدف.

أهداف البرنامج:

- التعرف على مفاهيم العلامة التجارية وأسس بنائها.
- تعلم كيفية تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة لعلامة تجارية.
- اكتساب مهارات تحليل السوق والجمهور لتحديد الفرص التنافسية.
- تعلم كيفية إنشاء هوية بصرية وصوتية تعزز صورة العلامة التجارية.
- تطوير مهارات بناء ولاء العملاء وتعزيز العلاقات مع الجمهور المستهدف.

الفئات المستهدفة:

- مدراء التسويق ومسؤولو العلامات التجارية.
- العاملون في وكالات الدعاية والإعلان.
- مصممو الإعلانات والمخرجون الفنيون.
- أصحاب الشركات ورواد الأعمال الذين يسعون لبناء علامة تجارية قوية.
- المستشارون والمحللون في مجال التسويق والعلامات التجارية.
- كل من يرغب بتطوير خبراته في مجال التسويق والعلامات التجارية.

محاور الدورة:

اليوم الأول:

• فهم العلامة التجارية

- تعريف العلامة التجارية وعناصرها الأساسية.
- كيفية بناء هوية العلامة التجارية.
- دور العلامة التجارية في التميز التنافسي.

اليوم الثاني:

• استراتيجيات بناء العلامة التجارية

- إنشاء رؤية وقيم للعلامة التجارية.
- كيفية بناء قصة للعلامة التجارية تجذب الجمهور.
- تحليل الجمهور المستهدف وفهم احتياجاته وسلوكياته.

اليوم الثالث:

• تصميم وتسويق العلامة التجارية

- تطوير هوية بصرية وصوتية متكاملة تعكس قيم العلامة التجارية.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتسويق العلامة التجارية.
- تصميم حملات إعلانية مبتكرة لتعزيز العلامة التجارية في السوق.

اليوم الرابع:

• تحليل العلامة التجارية والسوق

- أدوات قياس أداء العلامة التجارية.
- تحليل المنافسين وتحديد الفرص التنافسية.
- كيفية تحسين استراتيجيات العلامة التجارية بناءً على البيانات والتحليلات.

اليوم الخامس:

• بناء ولاء العملاء وإدارة العلامة التجارية

- استراتيجيات بناء علاقات دائمة مع العملاء.
- كيفية التعامل مع التحديات التي تواجه العلامة التجارية في السوق.
- الاتجاهات الحديثة في إدارة العلامات التجارية وتعزيز الابتكار المستمر.