Global Horizon
TRAINING CENTER

دورة:

بناء استراتيجيات الصورة الذهنية والسمعة المؤسسية

27 - 31 يوليو 2025

دبي (الإمارات العربية المتحدة)

Residence Inn by Marriott Shei

بناء استراتيجيات الصورة الذهنية والسمعة المؤسسية

رمز الدورة: SC12896 تاريخ الإنعقاد: 27 - 31 يوليو 2025 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - Marriott by Inn Residence Shei
رسوم الإشتراك: 4900 Euro

المقدمة:

في ظل التحولات السريعة التي يشهدها العالم اليوم، أصبحت الصورة الذهنية والسمعة المؤسسية من أهم العوامل الحاسمة التي تؤثر على نجاح واستدامة المؤسسات. لم تعد المؤسسات تعتمد فقط على جودة منتجاتها أو خدماتها، بل أصبح من الضروري أن تتمتع بصورة ذهنية إيجابية وسمعة قوية لضمان ولاء العملاء، جذب الاستثمارات، والحفاظ على مكانتها التنافسية في السوق.

الصورة الذهنية هي الانطباع العام الذي يتشكل في أذهان الجمهور عن المؤسسة، والذي قد يتأثر بعدة عوامل منها الاتصالات التسويقية، العلاقات العامة، تجربة العملاء، وحتى القيم التي تتبناها المؤسسة. من ناحية أخرى، تمثل السمعة المؤسسية التقدير العام الذي يحمله المجتمع عن المؤسسة على مدى فترة طويلة، والذي يتأثر بأداء المؤسسة وأخلاقياتها واستجابتها للأزمات.

إن بناء وإدارة الصورة الذهنية والسمعة المؤسسية يتطلب نهجًا استراتيجيًا متكاملاً يشمل جميع جوانب العمل المؤسسي، بدءًا من التخطيط الاستراتيجي مرورًا بالاتصالات الداخلية والخارجية، وصولًا إلى إدارة الأزمات وتقييم الأداء. تعتبر هذه العملية تحديًا مستمرًا يتطلب الابتكار والمرونة لمواكبة التغيرات والتحديات التي قد تواجه المؤسسة.

من خلال هذه الدورة التدريبية، سيتم تزويد المشاركين بالمعرفة والأدوات اللازمة لفهم وتحليل الصورة الذهنية الحالية لمؤسساتهم، وتطوير استراتيجيات فعالة لتعزيزها. سنناقش أيضًا كيفية قياس تأثير هذه الاستراتيجيات على المدى الطويل، وكيفية التعامل مع الأزمات التي قد تؤثر سلبًا على السمعة المؤسسية.

أهداف البرنامج:

- فهم المفاهيم الأساسية للصورة الذهنية والسمعة المؤسسية.
- تطوير مهارات تحليل وتقييم الصورة الذهنية الحالية للمؤسسة.
- اكتساب مهارات تصميم وتنفيذ استراتيجيات لتعزيز الصورة الذهنية والسمعة المؤسسية.
- التعرف على أدوات وأساليب قياس فعالية الاستراتيجيات المتبعة.
- تعزيز القدرة على التعامل مع الأزمات التي قد تؤثر على السمعة المؤسسية.

الفئات المستهدفة:

- مدراء التسويق والعلاقات العامة.
- موظفو العلاقات العامة والإعلام.
- مدراء التواصل المؤسسي.
- المهتمون بتطوير وتنفيذ استراتيجيات الصورة الذهنية والسمعة المؤسسية.
- أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

المحاور العامه:

اليوم الأول:

المفاهيم الأساسية للصورة الذهنية والسمعة المؤسسية

- تعريف الصورة الذهنية والسمعة المؤسسية.
- أهمية الصورة الذهنية للمؤسسات وتأثيرها على الأداء.
- العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية.
- دور الإعلام والعلاقات العامة في بناء السمعة المؤسسية.

اليوم الثاني:

تحليل وتقييم الصورة الذهنية الحالية

- أدوات وأساليب تحليل الصورة الذهنية.
- إجراء بحوث السوق والتعرف على آراء العملاء والجمهور.
- تحليل نقاط القوة والضعف في الصورة الذهنية الحالية.
- دراسة حالات عملية لمؤسسات ناجحة في بناء صورتها الذهنية.

اليوم الثالث:

تصميم استراتيجيات تعزيز الصورة الذهنية والسمعة المؤسسية

- تطوير رسالة مؤسسية واضحة ومتسقة.
- استراتيجيات الاتصال الداخلي والخارجي لتعزيز الصورة الذهنية.
- دور الحملات الإعلامية والإعلانية في تحسين السمعة المؤسسية.
- إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة Stakeholders وتأثيرهم على السمعة المؤسسية.

اليوم الرابع:

تنفيذ الاستراتيجيات وقياس الفعالية

- خطط تنفيذ الاستراتيجيات وتوزيع الأدوار.
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs لقياس نجاح الاستراتيجيات.
- أدوات قياس الفعالية وتحليل النتائج.
- تعديل الاستراتيجيات بناءً على التحليل المستمر للأداء.

اليوم الخامس:

إدارة الأزمات والتحديات المرتبطة بالسمعة المؤسسية

- فهم ديناميكيات الأزمات وتأثيرها على السمعة.
- تطوير خطط الطوارئ وإدارة الأزمات.
- استراتيجيات الحفاظ على السمعة في أوقات الأزمات.
- دراسة حالات عملية لأزمات مؤسسية وكيفية التعامل معها.