



دورة:
خطة التسويق الاستراتيجية

28 يوليو - 1 أغسطس 2025
برشلونة (اسبانيا)
grupotel gran via 678

خطة التسويق الاستراتيجية

رمز الدورة: SM12422 تاريخ الإنعقاد: 28 يونيو - 1 أغسطس 2025 دولة الإنعقاد: برشلونة (إسبانيا) - رسوم Euro 5500 للاشتراك:

المقدمة:

تعد خطة التسويق الاستراتيجية أحد الأدوات الرئيسية التي تساعد المنظمات على تحقيق أهدافها التجارية وتنمية أعمالها. فهي تساعد المنظمة في تحليل بيئتها الداخلية والخارجية، وتحديد الفرص والتحديات التي تواجهها، ومن ثم وضع استراتيجيات تسويقية ملائمة لتحقيق أهدافها وتنمية نشاطها.

تعتبر خطة التسويق الاستراتيجية عملية مستمرة ومتكررة لتحسين الأداء التسويقي وتحقيق النتائج المرجوة، حيث يتم تقييم الخطة وتحديثها بشكل منتظم وفقاً للتغيرات التي تحدث في بيئه المنظمة وتحدياتها.

يتم وضع خطة التسويق الاستراتيجية بشكل شامل ومتكملاً، حيث يتم تحليل العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على أداء المنظمة وتحديد الفرص والتحديات التي تواجهها. ومن ثم يتم تحديد الأهداف التسويقية ووضع استراتيجيات ملائمة لتحقيق هذه الأهداف. وأخيراً يتم وضع خطة تنفيذية وتحديد ميزانية التسويق وتوزيع المهام على فريق العمل لتنفيذ الخطة

أهداف الدورة

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من:

- اتباع وتنفيذ الخطوات العملية لإنتاج خطة تسويقية فعالة
- وضع الخطة التسويقية التي تستند إلى نتائج التدقيق التسويقي
- استخدام نتائج التدقيق التسويقي لتحديد استراتيجيات والتكتيكات الفعالة
- تطوير عناصر خطة التسويق الاستراتيجية
- تحديد وتنفيذ استراتيجيات المنافسة المختلفة الهجومية والدفاعية والمناورة

الفئات المستهدفة

- مدراء الشركات ومدراء أقسام التسويق والإنتاج والمبيعات الحريصين على تنمية مهاراتهم في جميع عمليات التسويق.
- تستهدف الدورة الباحثين التسويقيين ومدراء التخطيط.
- جميع المهنيين المسؤولين عن خطط التسويق.

الكفاءات المستهدفة

- التحليل الكلي والجزئي

- تحديد المزاج التسويقي
- وضع أهداف سمارت SMART
- استراتيجيات المحيط الأزرق Ocean Blue
- إدارة ملفات الأعمال
- إنتاج مصفوفة مجموعة بوسطن الاستشارية
- وضع الخطة التسويقية

مفاهيم التسويق

- النطاق والوظائف
- زيادة شدة التنافس حول العالم
- منهجية القنبلة الذكية الاستراتيجية
- تعريف التخطيط الاستراتيجي
- وضع إطار عمل الخطة العامة

عملية التخطيط التسويقي

- فوائد التخطيط
- أساليب كتابة خطة تسويقية
- شكل الخطة التسويقية
- عملية التخطيط التسويقي
- وضع أهداف سمارت SMART
- ربط استراتيجية التسويق برؤية ورسالة وأهداف المؤسسة

تحليل وضع الأعمال

- عناصر بيئية الشركة
- إطار عمل تحليل التناقض
- عناصر التحليل الداخلي
- عناصر التحليل الخارجي
- تحليل المتعاملين ومستوى التناقض
- تحليل البيئة
- تحليل SWOT نقاط القوة وجوانب الضعف والفرص والتهديدات
- مخطط القوى الخمس

التخطيط لتجزئة واستهداف والتوضع في السوق

- قواعد التجزئة
- فوائد تجزئة السوق
- عملية التجزئة السوقية
- معايير تجزئة B2B
- التوضع الفعال
- خطوات التخطيط للتجزئة والتوضع في السوق

تطوير الاستراتيجية

- النظر في البديل الاستراتيجية المختلفة تحليل TOWS
- تحليل الاستراتيجيات التسويقية المختلفة
- نمو مصفوفة الاستراتيجية

- العوامل المؤثرة على اختبار الاستراتيجية
- استراتيجية المحيط الأزرق مقابل استراتيجية المحيط الأحمر
- ورشة عمل: تشكيل الاستراتيجيات والتخطيط للحالات الطارئة

تطبيقات التخطيط التكتيكي

- إعداد المشهد: المزيج التسويقي
- عناصر المزيج التسويقي
- استخدام نموذج المزيج التسويقي
- ورشة عمل: إعداد المزيج التسويقي