



دورة:
مهارات وفنون إدارة التخطيط التسويقي

12 - 16 يوليو 2026
دبي (الإمارات العربية المتحدة)

مهارات وفنون إدارة التخطيط التسويقي

رمز الدورة: SM12566 تاريخ الإنعقاد: 12 - 16 يوليو 2026 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - رسوم الإشتراك: Euro 5200

المقدمة

يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تزويد المشاركين بفهم شامل لتخطيط التسويق واستراتيجيات المبيعات، وتمكينهم من تطوير وتنفيذ خطط تسويقية فعالة واستراتيجيات مبيعات تدفع نجاح الأعمال.

يغطي البرنامج أهمية التخطيط التسويقي بما يشمل فهم اتجاهات السوق وسلوك المستهلك، وتحديد أهداف تسويقية قابلة للتحقيق، وإنشاء خطة تسويق ملائمة للميزانية، وتنفيذ وقياس فعالية الحملات. كما يتناول استراتيجيات وتقنيات المبيعات المختلفة لتحسين الأداء، بما في ذلك فهم عملية البيع، وبناء علاقات العملاء، وإغلاق الصفقات، ومهارات الاتصال والتفاوض الفعال.

أهداف البرنامج

- توفير فهم شامل لتخطيط التسويق وأهميته في دفع نجاح الأعمال.
- تزويد المشاركين بالمهارات اللازمة لتطوير خطط تسويق قصيرة وطويلة المدى.
- تقديم استراتيجيات وتقنيات بيع فعالة لتحسين أداء المبيعات.
- إتاحة فرص عملية لتطبيق المفاهيم عبر التدريبات العملية ودراسات الحالة.
- تعزيز مهارات الاتصال، التفاوض، وبناء العلاقات مع العملاء.

الكفاءات المكتسبة

التخطيط والتسويق

- فهم اتجاهات السوق وسلوك المستهلك.
- تحديد أهداف وغايات تسويقية قابلة للتحقيق SMART.
- إنشاء خطة تسويق فعالة وملائمة للميزانية.
- تنفيذ وقياس فاعلية الحملات التسويقية.

استراتيجيات المبيعات

- فهم عملية البيع وبناء خط أنابيب العملاء المحتملين.
- بناء علاقات قوية مع العملاء والمحافظة عليها.
- إغلاق المبيعات والتفاوض على الصفقات.
- مهارات الاتصال الفعال والاستماع النشط.
- إدارة الوقت وتحديد أولويات أنشطة المبيعات.

الفئة المستهدفة

- متخصصو المبيعات والتسويق.
- أصحاب الأعمال والمديرون التنفيذيون.
- مدراء أقسام التسويق والمبيعات.
- رجال الأعمال الراغبون في تحسين أداء المبيعات ومهارات التسويق.
- أي شخص مهتم بالارتقاء بمهارات التخطيط التسويقي والمبيعات.

منهجية التدريب

- محاضرات ومناقشات تفاعلية.
- تمارين عملية ودراسات حالة.
- أنشطة جماعية وتمارين لعب الأدوار.
- عروض فيديو وعروض تفاعلية.
- جلسات تدريب وتعليقات فردية لضمان التطبيق العملي.

المحاور التدريبية

اليوم الأول: أسس تخطيط التسويق

- تعريف التخطيط التسويقي وأهميته في نجاح الأعمال.
- فهم اتجاهات السوق وسلوك المستهلك.
- تحديد أهداف تسويقية قابلة للتحقيق SMART.
- تطبيق عملي: تحليل السوق وتحديد أهداف قصيرة المدى.

اليوم الثاني: تخطيط التسويق طويل المدى واستراتيجية العلامة التجارية

- أبحاث السوق وتحليل المنافسين.
- تحديد الجمهور المستهدف والتجزئة.
- تطوير استراتيجية العلامة التجارية.
- وضع خطة تسويق طويلة المدى ومراقبة التقدم.
- تطبيق عملي: تصميم استراتيجية علامة تجارية وخطة تسويق سنوية.

اليوم الثالث: أساسيات استراتيجيات المبيعات

- فهم عملية البيع وبناء خط أنابيب العملاء.
- بناء علاقات العملاء والمحافظة عليها.
- استراتيجيات إغلاق الصفقات والتفاوض على الصفقات.
- تطبيق عملي: محاكاة مواقف بيع والتفاوض مع العملاء.

اليوم الرابع: مهارات الاتصال والتقنيات البيعية

- بناء الثقة والألفة مع العملاء.
- مهارات الاتصال الفعال والاستماع النشط.
- التعامل مع الاعتراضات وحل المشكلات.
- إدارة الوقت وتحديد أولويات أنشطة المبيعات.
- تطبيق عملي: لعب أدوار مواقف بيع والتغلب على الاعتراضات.

اليوم الخامس: التكامل وتطبيقات عملية

- مراجعة شاملة لمهارات التخطيط التسويقي والمبيعات.
- تطوير خطة تسويق متكاملة مع استراتيجيات البيع.
- مشروع عملي نهائي: تنفيذ خطة تسويق + استراتيجيات مبيعات.
- التقييم النهائي وتقديم التغذية الراجعة.