



دورة:
تصميم وتنفيذ حملات تسويقية للفعاليات

31 أغسطس - 4 سبتمبر 2026
براغ (جمهورية التشيك)

تصميم وتنفيذ حملات تسويقية للفعاليات

رمز الدورة: SM13321 تاريخ الإنعقاد: 31 أغسطس - 4 سبتمبر 2026 دولة الإنعقاد: براغ (جمهورية التشيك) - رسوم الإشتراك: Euro 6050

المقدمة

الفعاليات بأنواعها مؤتمرات، معارض، مهرجانات، إطلاق منتجات، مؤتمرات صحفية... تمثل أداة استراتيجية للشركات والمؤسسات للتواصل مع الجمهور المستهدف وتعزيز العلامة التجارية. لكن نجاح أي فعالية لا يعتمد فقط على جودة الحدث ذاته، بل على كيفية تسويقه وجذب الجمهور له. هذا البرنامج يهدف إلى تزويد المشاركين بالمهارات العملية والنماذج الحديثة لتصميم وتنفيذ حملات تسويقية متكاملة للفعاليات، بدءاً من مرحلة التخطيط وحتى قياس النتائج بعد الحدث.

الأهداف

بنهاية البرنامج سيتمكن المشاركون من:

- فهم أساسيات واستراتيجيات التسويق للفعاليات.
- تصميم خطط تسويقية متكاملة تتماشى مع أهداف المؤسسة.
- استخدام الأدوات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي للترويج للفعاليات.
- إدارة الميزانية والجدول الزمني لحمات التسويق الخاصة بالفعاليات.
- تقييم الأداء وقياس العائد على الاستثمار ROI بعد الحملة.

الجمهور المستهدف

- مدراء وموظفو التسويق والاتصال المؤسسي.
- مسؤولو العلاقات العامة والإعلام.
- منسقي الفعاليات والمعارض.
- رواد الأعمال وأصحاب المشاريع الذين ينظمون فعاليات ترويجية.
- أي شخص مهتم بتطوير مهاراته في تسويق الفعاليات.

المحاور

اليوم الأول: مدخل إلى تسويق الفعاليات

- مفهوم وأهمية التسويق للفعاليات.
- الفرق بين التسويق التقليدي وتسويق الفعاليات.
- تحديد أهداف الحملة التسويقية للفعاليات.

- تحليل الجمهور المستهدف ورسم بروفيله Personas.

اليوم الثاني: استراتيجيات تصميم الحملة

- بناء رسالة الحملة وقيمة الحدث.
- اختيار القنوات التسويقية الأنسب رقمية وتقليدية.
- إعداد خطة تسويقية شاملة قبل، أثناء، وبعد الفعالية.
- صياغة الجدول الزمني والخطة التشغيلية.

اليوم الثالث: الأدوات الرقمية والتقنيات الحديثة

- دور وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج للفعاليات.
- استخدام الإعلانات الممولة على منصات مثل Meta - LinkedIn - Ads Google.
- التسويق بالمحتوى الفيديوهات، البوستات التفاعلية، البريد الإلكتروني.
- استخدام أدوات تتبع وتحليل الأداء Google Analytics - Meta Insights.

اليوم الرابع: إدارة وتنفيذ الحملة

- تقسيم الأدوار والمسؤوليات داخل فريق العمل.
- إدارة الميزانية والموارد.
- التعامل مع الإعلام والرعاة والشركاء.
- إدارة الأزمات والمشكلات أثناء الحملة.

اليوم الخامس: قياس الأداء وتقييم النجاح

- مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs في تسويق الفعاليات.
- طرق قياس العائد على الاستثمار ROI.
- جمع التغذية الراجعة من الحضور.
- إعداد تقرير شامل بعد انتهاء الحملة.
- التوصيات للتحسين في الفعاليات المستقبلية.