



دورة:
التسويق وإدارة الفعالية وخدمة العملاء

7 - 11 يونيو 2026
دبي (الإمارات العربية المتحدة)

التسويق وإدارة الفعالية وخدمة العملاء

رمز الدورة: MA12536 تاريخ الإنعقاد: 7 - 11 يونيو 2026 دولة الإنعقاد: دبي (الإمارات العربية المتحدة) - رسوم الإشتراك: Euro 5200

المقدمة:

يعد هذا البرنامج التدريبي المتكامل نقطة البداية للدخول في هذا المجال، حيث يقدم للمشاركين التأهيل اللازم للفهم والالمام الكامل بأساسيات العمل كموظف مبيعات أو موظف تسويق أو العمل في مجال خدمة العملاء.

إن تنظيم المؤتمرات و الفعاليات يعد من الطرق المثيرة والمبتكرة لإيصال الرسائل الإتصالية لدى المؤسسات والمنظمات، وسواء كانت لغرض إطلاق منتج أو خدمة جديدة أو بغرض جمع التبرعات وعرض الإنجازات، إلا أن إدارة الفعاليات والتخطيط لها تبقى من أكثر المجالات تعقيداً وإغراقاً في التفاصيل نتيجةً للكثرة الهائل من المهام والإجراءات التي يجب الأخذ بها والتنسيق من أجل توفيرها وإكمالها، فإنه بإمكاننا تطوير وتنفيذ المؤتمرات والأنشطة المبتكرة لإحداث التأثير المطلوب لدى الجمهور.

أهداف الدورة:

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من:

- تأهيل الراغبين في البحث عن وظيفة ضمن احدى مجالات التسويق أو المبيعات أو خدمة العملاء.
- فهم التسويق و دوره في المؤسسات.
- تطبيق الخطوات المختلفة لعملية البيع وتحديد حاجة كل خطوة
- تسهيل مهمة منظمي المؤتمرات والاحتفالات في الإعداد والترتيب والتنظيم من خلال تمكينهم من حصر الإجراءات والمهام المطلوب القيام بها بكل دقة.
- فهم أسس تنظيم المؤتمرات والفعاليات وأهميتها.
- استيعاب خصائص تنظيم الفعاليات والمؤتمرات.
- تحليل وتطبيق مبادئ المفاوضات الناجحة والتعامل مع الاعتراضات
- التعرف على أساسيات خدمة العملاء والنتائج المؤثرة

الكفاءات المستهدفة:

- المديرين الذين يتولون مسؤولية التسويق وإدارة الفعالية وخدمة العملاء.
- المسؤولين عن مجالات التسويق وإدارة الفعالية وخدمة العملاء.
- المهتمين بتطوير مهاراتهم في مجالات التسويق وإدارة الفعالية وخدمة العملاء
- التخطيط التسويقي

- التدقيق على الجهود التسويقية
- التسويق الرقمي
- عمليات المبيعات/ عملية البيع والشراء
- التخطيط لفرص البيع
- تقنيات بيع الكماليات والبيع المتبادل

الفئات المستهدفة:

- الأفراد الذين يعملون في المبيعات.
- مهنيو تطوير الأعمال الذين يحتاجون إلى المعرفة العملية الحديثة لاستراتيجيات وتقنيات التسويق.
- فريق خدمة الدعم فضلاً.
- المرشحين المحتملين لوظائف قسم التسويق، خدمة العملاء و المبيعات الذين يسعون إلى تطوير مهاراتهم في البيع.

المحاور التدريبية

اليوم الأول: أساسيات العلاقات العامة والتسويق

- **مفاهيم العلاقات العامة:**
- التعريف بالعلاقات العامة وأهميتها في الشركات ومنظمات الأعمال.
- أدوار ومسؤوليات موظف العلاقات العامة.
- المواصفات والمهارات المطلوبة للنجاح في مجال العلاقات العامة.
- أدوات وتقنيات العلاقات العامة الفعالة.
- **مفاهيم التسويق وبيئة الأعمال:**
- موقع التسويق ودوره في تحقيق أهداف المؤسسة.
- تحليل البيئة الخارجية المباشرة والكلية للشركة.
- **القوى التنافسية وفق بورتر:**
- المنافسون الحاليون وحدثهم التنافسية.
- دخول المنافسين الجدد إلى السوق.
- قوة الموردين وقدرتهم على المساومة.
- قوة المشتريين وقدرتهم على المساومة.
- المنتجات البديلة وتأثيرها على السوق.

اليوم الثاني: تجزئة السوق واستهداف الشرائح

- **تقسيم السوق Segmentation Market:**
- أهمية ومزايا تقسيم السوق.
- الأساليب المختلفة لتجزئة السوق.
- تقدير حجم السوق المستهدف وتحديد الأولويات.
- أمثلة عملية على تقسيم السوق.

- **استهداف الشرائح السوقية:**
- تحديد الشرائح الأكثر ملاءمة للمنتجات والخدمات.
- استراتيجيات التواصل مع الجمهور المستهدف.
- **الفعاليات والمؤتمرات والمعارض:**
- تعريف الفعاليات وأنواعها المختلفة.
- دور المؤتمرات والمعارض في تعزيز العلامة التجارية وتسويق المنتجات.

• اليوم الثالث: المزيج التسويقي وبناء العلامة التجارية

- **المزيج التسويقي 4P's:**
- **المنتج Product:** تطوير وإدارة المنتجات بما يلبي احتياجات العملاء.
- **السعر Price:** استراتيجيات تحديد الأسعار وتحقيق الربحية.
- **التوزيع Place:** أساليب التوزيع وتحقيق التغطية المثلى.
- **الترويج Promotion:** تقنيات الإعلان والترويج وتحفيز المبيعات.
- **المزيج الترويجي المتكامل:**
- الإعلان والترويج والمبيعات والعلاقات العامة.
- دور البحوث التسويقية في دعم استراتيجيات التسويق.
- إعداد خطة تسويقية استراتيجية متكاملة.
- **بناء العلامة التجارية Branding:**
- خطوات تطوير العلامة التجارية وتعزيز قيمتها.
- استراتيجيات الحفاظ على هوية العلامة التجارية في السوق.

• اليوم الرابع: إدارة المبيعات والتنبؤ بالمبيعات

- **مفاهيم إدارة المبيعات:**
- دور مدير المبيعات ووظائفه الأساسية.
- أدوات متابعة ومراقبة عمليات البيع.
- **التنبؤ بالمبيعات:**
- أهمية التنبؤ بالمبيعات والغرض منه.
- الأساليب الكيفية والكمية للتنبؤ بالمبيعات.
- طرق تقدير إمكانيات السوق وتحليل الطلب.
- **مهارات البيع:**
- مفهوم البيع الشخصي والتواصل مع العملاء مباشرة.
- مؤهلات ومسؤوليات مندوب المبيعات.
- سلوكيات المشتري وعملية البيع.
- التخطيط وإجراء مكالمات البيع عبر الهاتف.
- مهارات التواصل والتفاوض لمندوبي المبيعات.

• اليوم الخامس: خدمة العملاء والمتابعة والتقييم

- **خدمة العملاء:**
- أهمية خدمة العملاء في تعزيز سمعة الشركة وأدائها.
- العوامل المؤثرة في رضا العملاء وتجاربهم.
- التعامل الاحترافي مع العملاء المختلفين وحل الشكاوى بفعالية.
- **المتابعة والتقييم:**
- مراقبة نشاطات الفعاليات والمؤتمرات.
- تحديد العوامل الرئيسية لتقييم الأداء ونجاح الحدث.
- فوائد عملية المتابعة وأثرها على تحسين الأداء المستقبلي.
- تشكيل لجنة التنسيق والمتابعة لضمان جودة التنفيذ والتحسين المستمر.