



دورة:

الاستراتيجيات الهعاصرة في التسويق العقاري

2026 - 30 يوليو 26

اسطنبول (تركيا)

DoubleTree by Hilton Istanbul

الاستراتيجيات الرعاصرة في التسويق العقاري

رمز الدورة: SM12459 تاريخ الإنعقاد: 26 - 30 يوليو 2026 دولة الإنعقاد: اسطنبول (تركيا) - Istanbul Hilton by DoubleTree رسوم الإشتراك: Euro 5775

المقدمة

يعد التسويق العقاري أحد أهم موضوعات علم التسويق التطبيقية، نظرًا لطبيعة المنتج العقاري وتفردة، وارتفاع قيمة الصفقات، وتعدد العناصر المشاركة في اتخاذ القرار. تسعى هذه الورشة إلى تقديم إطار متكامل يجمع بين **التأصيل النظري** و **التطبيق العملي** للتسويق العقاري، بما يمكن المشاركين من إعداد خطط واستراتيجيات فعالة، تحليل المنافسة، استثمار نقاط القوة، وكسب ثقة العملاء وزيادة الحصة السوقية.

أهداف البرنامج

بنهاية الدورة سيتمكن المشاركون من:

- فهم الفكر التسويقي الحديث وتطبيقه على المنتجات العقارية.
- التعرف على عناصر التسويق العقاري والمزيج التسويقي.
- إعداد خطط واستراتيجيات تسويقية فعالة للمنتجات العقارية.
- تحليل السوق والمنافسة وتحديد نقاط القوة والضعف T.O.W.S.
- صياغة الأهداف التسويقية وتحقيق الأهداف البيعية.
- الاستفادة من تجارب عملية ناجحة في التسويق والبيع العقاري.

الجمهور المستهدف

- المدراء ومتخذو القرار في الشركات والمكاتب العقارية.
- أخصائيو التسويق في شركات العقار.
- رجال المبيعات وخدمة العملاء في شركات العقار.
- مدراء المنتجات العقارية في البنوك وشركات التمويل والتأمين.
- المثمنون العقاريون ووسطاء التمويل العقاري.

منهجية التدريب

- محاضرات نظرية تفاعلية لتأسيس المفاهيم.
- تمارين عملية وحالات دراسية تعكس واقع السوق العقاري.
- أنشطة جماعية لتعزيز التفكير الاستراتيجي والتحليلي.
- تحليل ومناقشة تجارب ناجحة وممارسات عالمية في التسويق العقاري.

المحاور اليومية

اليوم الأول: الفكر التسويقي الحديث والتسويق العقاري

- مقدمة عن الفكر التسويقي الحديث وتطبيقه على المنتجات العقارية.
- عناصر المزيج التسويقي العقاري.
- أهمية دراسة السوق العقاري وتحديد الفرص والتحديات.
- التعرف على سلوك العملاء وخصائصهم في السوق العقاري.

اليوم الثاني: إعداد الخطط التسويقية

- مكونات خطة التسويق العقاري: تحليل السوق، صياغة الأهداف، إعداد الاستراتيجية.
- تحديد السوق المستهدف وتحليل الاحتياجات والرغبات.
- صياغة الأهداف التسويقية وفق أسلوب SMART.
- وضع برامج التنفيذ العملية للخطط التسويقية.

اليوم الثالث: استراتيجيات البيع العقاري

- طرق تحديد وتحليل العملاء المحتملين.
- أساليب تحقيق أهداف المبيعات من المنتجات العقارية.
- بناء علاقات قوية مع العملاء وكسب الثقة.
- متابعة العمليات البيعية وتحقيق الأهداف المرجوة.

اليوم الرابع: تحليل المنافسة والتفوق التنافسي

- دراسة المنافسين وتحديد عناصر القوة والضعف T.O.W.S.
- كيفية استخدام تحليل المنافسة لتحسين الأداء التسويقي والمبيعات.
- مكونات التفوق التنافسي في سوق العقارات.
- وضع استراتيجيات للاستفادة من الفرص وتقليل المخاطر.

اليوم الخامس: التطبيق العملي والتقييم

- دراسة حالات عملية في التسويق والبيع العقاري.
- ورش عمل لتطبيق مفاهيم التخطيط التسويقي والتحليل البيعي.
- مناقشة تجارب ناجحة وتقييم استراتيجيات المشاركين.
- إعداد خطة عمل تسويقية عقارية شخصية لكل مشارك.