



مؤتمر:
استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

14 - 25 يونيو 2027
لندن (المملكة المتحدة)

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

رمز المؤتمر: CO831 تاريخ الإنعقاد: 14 - 25 يونيو 2027 دولة الإنعقاد: لندن (المملكة المتحدة) - رسوم الإشتراك: Euro 10300

مقدمة المؤتمر:

يركز هذا المؤتمر على استراتيجيات التسويق الرقمي الحديث، والذي يتطلب اكتساب مفاهيم وأدوات تساعد على إنشاء وترويج وتسعير المنتجات والخدمات بفعالية.

يعتمد المؤتمر على الجانب العملي، حيث يستخدم المشاركون حواسيبهم المحمولة لتطبيق المفاهيم فوراً، مع الاستعانة بعروض تقديمية وكتيبات تدريبية لإعداد خطة تسويق رقمي شاملة قابلة للتنفيذ في المؤسسات.

أهداف المؤتمر:

بنهاية المؤتمر، سيكون المشاركون قادرين على:

1. تقييم استخدام برامج التسويق الرقمي وتحديد التطبيقات المثلى لتحقيق استراتيجية تسويقية فعالة.
2. اكتشاف الفرص التي توفرها أدوات محركات البحث المتقدمة لتعزيز القيمة المقدمة للمؤسسة والعملاء.
3. إطلاق حملات إعلانية على منصة Google ووسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز التفاعل وزيادة الحصة السوقية.
4. استخدام تحليلات Google لاستكشاف القنوات التسويقية وقياس الأداء بدقة.
5. تصميم وإدارة حملة تسويق رقمي متكاملة تهدف لتحسين تجربة العملاء وتعزيز العلامة التجارية.

الكفاءات المكتسبة:

- القدرة على تطوير استراتيجية تسويق رقمي شاملة.
- مهارات تصميم وإطلاق الحملات الإعلانية الرقمية عبر Google ووسائل التواصل الاجتماعي.
- مهارات استخدام تحليلات Google وقياس العائد على الاستثمار ROI.
- القدرة على إدارة المحتوى الرقمي وتحسين تجربة المستخدم.
- معرفة أفضل الممارسات والأدوات لتطبيق التسويق الرقمي العملي والمتقدم.

الفئات المستهدفة:

- العاملون في أقسام البحث والتطوير بوكالات الدعاية والإعلان.
- مدراء وأخصائيو أقسام التسويق والمبيعات.
- مصممو الإعلانات والمخرجون الفنيون.
- كل من يرغب في تطوير مهاراته الرقمية ورفع كفاءته التسويقية.

المحاور التدريبية للمؤتمر:

اليوم الأول: مقدمة في التسويق الرقمي

- التسويق الرقمي مقابل التسويق التقليدي.
- أهم الوسائط الرقمية في B2B و B2C.
- منصات التواصل الاجتماعي: Facebook - Twitter - LinkedIn - Blogging Business.
- مراجعة الموقع الإلكتروني وخطة التسويق الرقمي ذات السبع خطوات.
- تنظيم رزمة العمليات التسويقية.

اليوم الثاني: تحسين محركات البحث SEO

- تعريف SEO وأهميته للمسوقين.
- النصائح الـ 21 لتحسين محركات البحث.
- كيفية اختيار الكلمات المفتاحية المناسبة.

اليوم الثالث: إعلانات AdWords Google

- إعداد وحصر الحملات الإعلانية.
- تنظيم مجموعات الإعلانات وتحسين الصفحات المقصودة.
- إدارة المناقصات والتحليلات الدقيقة للنتائج.

اليوم الرابع: تحليلات Google - المراقبة واتخاذ القرار

- استيعاب لوحات التحكم: الجمهور، الإعلانات، مصادر العملاء، المحتوى، التحويل.
- استخدام التقارير التحليلية لتحديد أهداف العمل.
- قياس العائد على الاستثمار ROI.

اليوم الخامس: تحليلات Google - مراقبة التحويلات

- مقدمة في تحويل الأهداف ومراقبة التحويلات.
- مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي وتحليل التفاعل.
- دمج AdWords Google مع تحليلات Google لتعظيم النتائج.

اليوم السادس: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

- نظرة عامة وإحصائيات حول التسويق الاجتماعي.
- استراتيجيات تحديد الأهداف واختيار الشبكات بعناية.
- المستهدفة البحث وخطط للفيديو SEO.

اليوم السابع: معرفة جمهورك المستهدف

- إعداد إعلانات Facebook و LinkedIn للفئات الديمغرافية المناسبة.
- مراقبة العلامة التجارية والمنافسين عبر إشعارات Google.
- أفضل الأدوات والممارسات لاستخدام Hashtags.

اليوم الثامن: التسويق الوارد Marketing Inbound

- مدونات الاستضافة الذاتية وأدواتها.
- الجيل المتقدم لتوليد العملاء المحتملين Generation Lead.
- أفكار لتسويق المحتوى بطريقة فعالة.

اليوم التاسع: تعزيز التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي

- نصائح كتابة التحديثات ونشرها عبر أدوات الجدولة مثل Buffer.
- إنشاء وتعديل صور جذابة دون الحاجة لبرامج تصميم متقدمة.
- جدولة التحديثات ومتابعة خصائص إضافية في مواقع التواصل.

اليوم العاشر: قياس الأداء وتحليل النجاح

- استخدام تحليلات Google لمراقبة الأداء.
- قياس معدل الارتداد، الوقت المستغرق على الموقع، وتحويلات العملاء.
- متابعة الأداء Offline وربطه بالأنشطة الرقمية.