



**دورة:
التسويق الرقمي**

**1 - 5 مارس 2027
امستردام (هولندا)**

التسويق الرقمي

رمز الدورة: SM12545 تاريخ الإنعقاد: 1 - 5 مارس 2027 دولة الإنعقاد: أمستردام (هولندا) - رسوم الاشتراك: Euro 5775

المقدمة

تركّز هذه الدورة على أساسيات **التسويق الرقمي الحديث**، حيث يتعلم المشاركون إنشاء وتوزيع وترويج وتسعير المنتجات والخدمات. يتضمن البرنامج تدريباً عملياً باستخدام الحواسيب المحمولة لتطبيق المفاهيم المكتسبة فوراً، مع الاعتماد على عروض تقديمية وكتيب تدريبي يتيح وضع خطة التسويق الرقمي الخاصة بكل مشارك.

أهداف البرنامج

بنهاية الدورة سيتمكن المشاركون من:

- التعرف على فرص استخدام برامج محركات البحث لتعزيز قيمة المؤسسة والعملاء.
- إطلاق حملات إعلانية عبر Google لتحسين تفاعل العملاء وزيادة الحصة السوقية.
- تنفيذ حملة إلكترونية كاملة لتحسين واجهة العملاء وإشهار العلامة التجارية.
- استخدام تحليلات Google لفهم القنوات التسويقية والاستفادة منها.
- تقييم برامج التسويق الرقمي وصياغة استراتيجية تسويقية فعالة واختيار التطبيقات الملائمة.

الفئات المستهدفة

- العاملون في أقسام الأبحاث بوكالات الدعاية والإعلان.
- مدراء وأعضاء أقسام التسويق.
- مصممو الإعلانات والمخرجون الفنيون.
- أي شخص يرغب في تطوير مهاراته وخبراته في التسويق الرقمي.

منهجية التدريب

- محاضرات تفاعلية وعروض تقديمية.
- تمارين عملية على الحواسيب المحمولة.
- وضع خطط التسويق الرقمي الشخصية لكل مشارك.
- دراسة حالات واقعية لتطبيق استراتيجيات التسويق الرقمي.
- استخدام أدوات قياس الأداء مثل Google Analytics و Google AdWords.

المحاور اليومية

اليوم الأول: أساسيات التسويق الرقمي

- التسويق الرقمي مقابل التسويق التقليدي.
- أبرز الوسائط الرقمية لـ B2B و B2C: Facebook، Twitter، LinkedIn، مدونات الأعمال.
- التدقيق في الموقع الإلكتروني.
- إعداد خطة التسويق الرقمي ذات السبع خطوات.
- تنظيم رزمة العمليات التسويقية الرقمية.

اليوم الثاني: تحسين محركات البحث ومحركات البحث المدفوعة

- تعريف SEO وأهميته في التسويق الرقمي.
- النصائح الأساسية لتحسين محركات البحث SEO.
- إعداد وإدارة حملات AdWords Google:
 - اختيار الكلمات المفتاحية الصحيحة.
 - تنظيم مجموعات الإعلانات.
 - تحسين الصفحات المقصودة.
 - إدارة العطاءات والمناقصات.

اليوم الثالث: تحليلات Google وقياس الأداء

- استيعاب لوحات التحكم المختلفة: الجمهور، الإعلانات، المصادر، المحتوى، التحويلات.
- تحديد الأهداف وغايات العمل.
- أدوات وأساليب القياس لمراقبة الأداء.
- قياس العائد على الاستثمار ROI وتحويل الأهداف.
- مراقبة كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتحليل البيانات.

اليوم الرابع: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

- إعداد استراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي ووضع أهداف واضحة.
- اختيار المنصات المناسبة حسب الجمهور المستهدف.
- إعداد إعلانات Facebook و LinkedIn وفق الشرائح الديمغرافية.
- أدوات وهاشتاقات لتعزيز التفاعل والمراقبة المستمرة للعلامة التجارية.
- تطبيق عملي: إعداد حملة تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

اليوم الخامس: التسويق الوارد وقياس النجاح

- مقدمة حول التسويق الوارد Generation Lead ومدونات الاستضافة الذاتية.
- كتابة محتوى رقمي جذاب وتحديثات مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام أدوات مثل Buffer.
- إنشاء وتعديل صور جذابة للتحديثات دون الحاجة لبرامج التصميم المعقدة.
- جدولة المحتوى ودمج الحملات التسويقية مع التحليلات.
- قياس مستوى النجاح: معدل الارتداد، الوقت في الموقع، التحويلات، متابعة Offline.
- تمرين عملي شامل: تصميم خطة تسويق رقمي متكاملة وتحليل النتائج باستخدام Analytics Google.