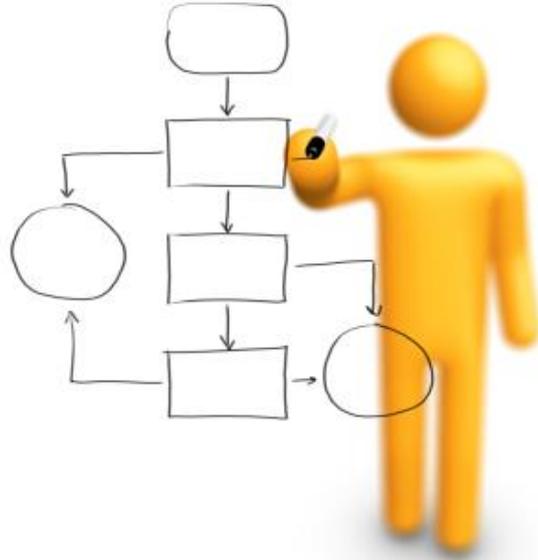




المركز العالمي للتدريب والتطوير
International Centre For Training & Development



إستراتيجية إعداد خطط التسويق وتنشيط المبيعات



IAO
INTERNATIONAL ACCREDITATION ORGANIZATION



UNIVERSITY OF ROCKHAMPTON
MAKING THE DIFFERENCE



وصف الدورة :

- إن الإبداع في التسويق مرادفا لكل النجاح .. فالإبداع يسطر خطوط التميز في عالم التسويق حتى تستطيع منتجاتك أن تقتحم ضجيج المنافسة بلحنا فريدا ومميزا وتصل إلى جمهورك المستهدف .. وحتى نضمن التقدم فإن الاستمرار في هذا النجاح هو أساس التقدم.. ولكن مخاطر التطوير في عالم التسويق .. واختلاف المتغيرات .. تعطيك الفرصة للانطلاق إذا عرفت أبعاد اللعبة التسويقية

هدف الدورة :.

- تنمية مهارات المشاركين في الإلمام بالإستراتيجيات التسويقية الحديثة و العمل على تطبيقها بهدف تنشيط عمليات البيع ورفع القوى التنافسية لمنشأتهم .
- صقل مهارات المتعاملين من خلال الوقوف على شكل منطقي لتحليل الأمور في بيئة المستقبل في مجال اتخاذ القرارات التسويقية المختلفة.
- دعم قدرات متخذي القرارات التسويقية في مواجهة المستقبل من خلال بناء إمكانية التفكير المنطقي ودراسة الأدوات المتاحة لتخطيط التفوق التسويقي .. وابتكار أدوات جديدة تتناسب مع الواقع في البيئة المحلية والدولية.. ويستخدم البرنامج في سبيل تحقيق ذلك مجموعة من المختبرات النقاشية المتعمقة.

الفئة المستهدفة :

- مدراء ونواب مدراء التسويق والمبيعات ورؤساء الأقسام في المنظمات الهادفة وغير الهادفة للربح.

محتوى الدورة :

اليوم الاول:

المفهوم الحديث للتسويق و إستراتيجياته:

المركز العالمي للتدريب والتطوير
International Centre For Training & Development

- الأثر على المبيعات - أساسيات السوق
- بحوث التسويق - إستراتيجية القائد أو التابع

طبيعة و مفهوم و أهداف بحوث التسويق و مجالاتها:

- خطوات البحث العلمي في مجال بحوث التسويق
- بحوث المستهلك - بحوث المنتج
- التحليل الكمي في بحوث التسويق - سيكولوجية المستهلك - تخطيط المنتجات

اليوم الثاني:

المزيج التسويقي للمنشأة و إستراتيجيات التسويق:

• المنتج - السعر - الترويج - التوزيع

أساليب تطوير السياسات البيعية و إستراتيجيات التسويق:

- إستراتيجية تجزئة السوق
- إستراتيجية البرنامج التسويقي
- إستراتيجية تخطيط المنتجات
- إستراتيجية التسعير
- إستراتيجية الإعلان و الترويج
- إستراتيجية التوزيع
- الإستراتيجية التنافسية

اليوم الثالث:

متابعة و تقييم الأداء التسويقي:

- نظام المعلومات التسويقية
- تقارير رجال البيع
- أساليب جمع البيانات
- التغذية العكسية

اليوم الرابع:

الإبداع التسويقي وآثاره على عملية التخطيط

International Centre For Training & Development

- بحوث التسويق كأداة للتميز التسويقي والمعلومات التسويقية .
- تحديد السوق المرتقة
- الأسس الإبداعية لعملية تقسيم السوق
- صياغة الأهداف التسويقية التنافسية
- تحليل المزايا و التكاليف التنافسية .
- المنافسة الذكية وأبعاد الوجود المؤسسي .
- تحليل المركز السوقي والبدائل التنافسية .
- خطوات إعداد الخطة التسويقية المتكاملة (دليل عملي)

اليوم الخامس:

إعداد الخطط التسويقية الوظيفية و تطوير مكونات المزيج التسويقي

- التطوير الإبداعي للمنتجات
- تطوير الفكر التسعيري
- تطوير أدوات التوزيع الفعال
- استحداث أدوات ترويجية حاکمة

المنافسة المحلية و العالمية و إستراتيجيات التخطيط الحديثة لمواجهتها .

رسوم الدورة :

- السعر أعلاه شامل عقد الدورة في قاعة فندق خمس نجوم + 2 استراحة + بوفيه غداء

منهجية التدريب :

- حلقات النقاش.
- العصف الذهني .
- مجموعات عمل .
- تبادل الدوار .
- حالات عملية و تطبيقية .
- العرض

جدول توقيت الدورة :

08:00 – 10:00 المحاضرة الاولى

10:00 – 10:15 استراحة

10:15 – 12:15 المحاضرة الثانية

12:15 – 12:50 استراحة + صلاة

12:50 – 14:10 المحاضرة الاخيرة + مناقشة عامة



المركز العالمي للتدريب والتطوير
International Centre For Training & Development