



مجموعة المالكى للتدريب والتطوير

تقدم

الورشة التدريبية بعنوان

إدارة الحملات التسويقية المتكاملة وتحليل الأداء

مكان الإنعقاد : الإمارات العربية المتحدة - دبي

تاريخ الإنعقاد : 12 - 16 / 03 / 2025.





مقدمة :

إدارة الحملات التسويقية المتكاملة وتحليل الأداء أصبح أمرًا أساسيًا في نجاح الحملات الحكومية في التواصل مع الجمهور وتحقيق الأهداف الاستراتيجية. يتيح هذا النوع من الإدارة توحيد الرسائل التسويقية عبر قنوات متعددة، مما يضمن تجربة متكاملة وفعالة للجمهور المستهدف. تعتمد هذه الاستراتيجية على دمج الأدوات الرقمية والتقليدية لضمان وصول الرسالة بشكل فعال وقياس النتائج بدقة. تحليل الأداء يوفر البيانات اللازمة لفهم مدى نجاح الحملة وتحديد المجالات التي يمكن تحسينها.

يقدم هذا البرنامج التدريبي فرصة فريدة لاكتساب المعرفة والمهارات اللازمة لإدارة الحملات التسويقية المتكاملة، بدءًا من التخطيط الاستراتيجي وصولاً إلى قياس الأداء وتحقيق النتائج المرجوة.

أهداف الورشة:

- إدارة الحملات التسويقية المتكاملة وتحليل الأداء أصبح أمرًا أساسيًا في نجاح الحملات الحكومية في التواصل مع الجمهور وتحقيق الأهداف الاستراتيجية. يتيح هذا النوع من الإدارة توحيد الرسائل التسويقية عبر قنوات متعددة، مما يضمن تجربة متكاملة وفعالة للجمهور المستهدف. تعتمد هذه الاستراتيجية على دمج الأدوات الرقمية والتقليدية لضمان وصول الرسالة بشكل فعال وقياس النتائج بدقة. تحليل الأداء يوفر البيانات اللازمة لفهم مدى نجاح الحملة وتحديد المجالات التي يمكن تحسينها.
- يقدم هذا البرنامج التدريبي فرصة فريدة لاكتساب المعرفة والمهارات اللازمة لإدارة الحملات التسويقية المتكاملة، بدءًا من التخطيط الاستراتيجي وصولاً إلى قياس الأداء وتحقيق النتائج المرجوة.

محتويات الورشة:

اليوم الأول:

مقدمة إلى التسويق المتكامل

- مفهوم التسويق المتكامل وأهميته في القطاع الحكومي.
- العناصر الأساسية للتسويق المتكامل (الرسالة، الجمهور، القنوات، التقييم).
- التحديات التي تواجه التسويق الحكومي.
- أفضل الممارسات في التسويق المتكامل.
- ورشة عمل: تحليل حملة تسويقية حكومية سابقة وتحديد نقاط القوة والضعف.



اليوم الثاني:

تطوير استراتيجيات التسويق المتكامل

- تحديد أهداف التسويق وتحديد الجمهور المستهدف.
- اختيار قنوات التسويق المناسبة لكل شريحة من الجمهور (الإعلام التقليدي، وسائل التواصل الاجتماعي، التسويق عبر البريد الإلكتروني، العلاقات العامة).
- صياغة رسائل تسويقية واضحة ومؤثرة.
- تطوير خطط عمل لتنفيذ استراتيجيات التسويق.
- ورشة عمل: تطوير استراتيجية تسويقية متكاملة لحملة حكومية.

اليوم الثالث:

صياغة المحتوى التسويقي

- مبادئ الكتابة التسويقية والإعلانية.
- صياغة محتوى جذاب ومقنع لمختلف قنوات التسويق.
- استخدام القصص والروايات في توصيل الرسائل التسويقية.
- التسويق بالمحتوى (Content Marketing) وأهميته في بناء الثقة والولاء.
- ورشة عمل: كتابة محتوى تسويقي لحملة حكومية على وسائل التواصل الاجتماعي.

اليوم الرابع:

تحليل الأداء التسويقي

- أهمية قياس وتحليل أداء الحملات التسويقية.
- أدوات وتقنيات قياس الأداء) مثل Google Analytics ، أدوات تحليل وسائل التواصل الاجتماعي.
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لقياس النجاح.
- تحليل البيانات واتخاذ القرارات بناءً على النتائج.
- ورشة عمل: تحليل بيانات حملة تسويقية حكومية وتحديد مجالات التحسين.

اليوم الخامس:

التطوير المستمر والتطبيق العملي

- أهمية التطوير المستمر لاستراتيجيات التسويق.
- التعلم من التجارب السابقة وتحسين الأداء.
- استخدام التكنولوجيا في أتمتة وتحسين عمليات التسويق.
- تقييم البرنامج التدريبي وحلقة نقاش مفتوحة.
- إعداد خطط عمل فردية لتطبيق المعرفة المكتسبة.



أساليب التدريب :

- نقاشات مفتوحة لتحليل وجهات النظر.
- دراسة حالات.
- قصص وأمثلة واقعية .
- التمارين واختبارات الشخصية.
- العصف الذهني.
- تكليف المتدربين بمشروعات جماعية أو فردية.
- ربط المحتوى بتجارب مألوفة.