مجموعة المالكي للتدريب والتطوير

تقدم

الورشة التدريبية بعنوان

الابتكار في استراتيجيات التسويق الرقمي: استخدام تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي.

مكان الإنعقاد : الإمارات العربية المتحدة – دبي

تاريخ الإنعقاد : 09– 13 / 03 / 2025.

مقدمة :

الابتكار في استراتيجيات التسويق الرقمي باستخدام تقنيات الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR) يفتح آفاقًا جديدة للتواصل مع الجمهور بطريقة مبتكرة وتفاعلية. تتيح هذه التقنيات للمؤسسات الحكومية تقديم خدماتها ورسائلها بطريقة مشوقة وفعالة، حيث يمكن للجمهور تجربة المحتوى الرقمي وكأنه جزء من الواقع. الواقع المعزز والواقع الافتراضي يساهمان في تحسين تجربة المستخدم، تعزيز المشاركة، وزيادة الوعي بالمشاريع والخدمات الحكومية.

يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لاستخدام تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي في ابتكار استراتيجيات تسويق رقمي فعالة .سيركز البرنامج على استعراض أحدث التطبيقات والأدوات في هذا المجال، وتدريب المشاركين على تصميم وتنفيذ حملات تسويقية مبتكرة باستخدام هذه التقنيات، وقياس وتحليل أداء هذه الحملات.

أهداف الورشة:

- فهم مفهوم الواقع المعزز والواقع الافتراضي وتطبيقاتهما في التسويق الرقمي.
- التعرف على أبرز الأدوات والمنصات المستخدمة في إنشاء تجارب الواقع المعزز والافتراضي.
- إتقان مهارات تصميم وتنفيذ حملات تسويقية مبتكرة باستخدام هذه التقنيات.
- تطوير القدرة على قياس وتحليل أداء الحملات التسويقية التي تستخدم الواقع المعزز والافتراضي.
- فهم التحديات والفرص المتعلقة باستخدام هذه التقنيات في التسويق.
- استكشاف أفضل الممارسات والتجارب الناجحة في استخدام الواقع المعزز والافتراضي في التسويق.
- تطبيق المعرفة المكتسبة في تطوير استراتيجيات تسويق رقمي مبتكرة تعتمد على هذه التقنيات.

محتويات الورشة:

اليوم الأول:

مقدمة إلى الواقع المعزز والواقع الافتراضي في التسويق

- مفهوم الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR) والفرق بينهما.
- أبرز تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي في التسويق (مثل تجربة المنتجات، الجولات الافتراضية، الألعاب التفاعلية).
- مزايا وتحديات استخدام هذه التقنيات في التسويق.
- ورشة عمل: استكشاف تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي المتاحة وتجربتها.

اليوم الثاني:

أدوات ومنصات الواقع المعزز والافتراضي

- استعراض أبرز الأدوات والمنصات المستخدمة في إنشاء تجارب الواقع المعزز والافتراضي) مثل ARKit، ARCore، Unity، Unreal Engine).
- مقارنة بين مختلف الأدوات والمنصات من حيث الميزات والوظائف وسهولة الاستخدام.
- كيفية اختيار الأدوات والمنصات المناسبة لاحتياجات ومتطلبات الحملات التسويقية.
- ورشة عمل: استخدام إحدى الأدوات لإنشاء تجربة واقع معزز بسيطة.

اليوم الثالث:

تصميم حملات تسويقية مبتكرة

- مبادئ تصميم تجربة المستخدم (UX) في تطبيقات الواقع المعزز والافتراضي.
- كيفية دمج هذه التقنيات في استراتيجيات التسويق الحالية.
- تصميم حملات تسويقية تفاعلية وغامرة باستخدام الواقع المعزز والافتراضي.
- ورشة عمل: تطوير فكرة لحملة تسويقية مبتكرة باستخدام الواقع المعزز أو الافتراضي.

اليوم الرابع:

قياس وتحليل الأداء

- أهمية قياس وتحليل أداء الحملات التسويقية التي تستخدم الواقع المعزز والافتراضي.
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لقياس النجاح.
- أدوات وتقنيات قياس وتحليل البيانات.
- استخدام البيانات لتحسين وتطوير الحملات التسويقية.
- ورشة عمل: تحليل بيانات حملة تسويقية افتراضية باستخدام الواقع المعزز أو الافتراضي.

اليوم الخامس:

التحديات والحلول وأفضل الممارسات

- التحديات التقنية والتسويقية المتعلقة باستخدام الواقع المعزز والافتراضي.
- أفضل الممارسات في استخدام هذه التقنيات في التسويق.
- التوجهات المستقبلية في هذا المجال.
- 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.