مجموعة المالكي للتدريب والتطوير

تقدم

الورشة التدريبية بعنوان

التسويق الحكومي الرقمي: الوصول إلى الجمهور وبناء الثقة

مكان الإنعقاد : الإمارات العربية المتحدة – دبي

تاريخ الإنعقاد : 3/30 – 4/3 / 2025.

مقدمة :

في عصر الثورة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، تَحوّلَت طرق تفاعل الحكومات مع مواطنيها بشكل جذري .فلم يعد يكفي أن تُقدم الحكومات خدمات مُتميزة، بل يجب أن تُسوّق لها بفعالية وإبداع لِضمان وصولها إلى أكبر شريحة مُمكنة من الجمهور .وهنا يأتي دور التسويق الحكومي الرقمي، الذي يُعد أداةً أساسية لِبناء جسور التواصل مع المواطنين، وتعزيز الثقة بِالمؤسسات الحكومية، وتحقيق أهداف التنمية المُستدامة .يتطلب التسويق الحكومي الرقمي الناجح فهمًا عميقًا لِسلوك الجمهور الرقمي، وإتقانًا لِتقنيات التسويق عبر مختلف المنصات الرقمية، وقدرةً على صياغة محتوى جذاب ومُفيد يُلبي احتياجات المُستفيدين .يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تزويد المشاركون بالمعرفة والمهارات اللازمة لِتَبنّي أفضل ممارسات التسويق الحكومي الرقمي، وذلك من خلال مجموعة متكاملة من المحاور التي تُغطّي مراحل التخطيط والتنفيذ والتقييم، باستخدام أحدث الأساليب والتقنيات.

أهداف الورشة:

- فهم مفهوم التسويق الحكومي الرقمي وأهميته في العصر الحالي.
- التعرف على أفضل المنصات والقنوات الرقمية لِلتسويق لِلخدمات الحكومية.
- إتقان مهارات صياغة محتوى رقمي جذاب ومُفيد يُلبي احتياجات الجمهور.
- التخطيط وإدارة حملات التسويق الرقمي بفعالية لتحقيق أهداف مُحددة.
- قياس أداء حملات التسويق الرقمي وتحليل البيانات لتحسين النتائج.
- بناء وتعزيز ثقة الجمهور بِالمؤسسات الحكومية عبر التسويق الرقمي.
- الالتزام بأخلاقيات التسويق الحكومي في البيئة الرقمية.

محتويات الورشة:

اليوم الأول:

مُقدمة في التسويق الحكومي الرقمي

- مفهوم التسويق الحكومي الرقمي وأهميته في الوصول إلى الجمهور وتحقيق الأهداف الحكومية.
- الفرق بين التسويق التقليدي والتسويق الرقمي في القطاع الحكومي.
- أفضل الممارسات العالمية في التسويق الحكومي الرقمي مع دراسة حالات ناجحة.
- ورشة عمل :تحليل حملات تسويق حكومية رقمية وتقييم فعاليتها.

اليوم الثاني:

قنوات التسويق الرقمي للحكومات

- مواقع التواصل الاجتماعي)فيسبوك، تويتر، إنستغرام، يوتيوب، لينكدإن :(استراتيجيات التسويق وإدارة المحتوى.
- محركات البحث :(SEO)تحسين مواقع الحكومة لِلظهور في نتائج البحث.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني :بناء قواعد بيانات وإرسال رسائل إلكترونية فعالة.
- الإعلان الرقمي :(Google Ads, Social Media Ads)استهداف الجمهور المناسب وزيادة الوصول.
- ورشة عمل :تطوير خطة تسويق رقمية متكاملة تُوظّف مختلف القنوات بفعالية.

اليوم الثالث:

صناعة المحتوى الرقمي للحكومات

- أنواع المحتوى الرقمي)نصوص، صور، فيديوهات، رسوم بيانية، محتوى تفاعلي.(
- مهارات صياغة محتوى رقمي جذاب ومُفيد يُلبي احتياجات الجمهور ويُعزز الثقة.
- أدوات إنشاء وتحرير المحتوى الرقمي .(Canva, Adobe Spark, Video Editing Tools)
- ورشة عمل :إنشاء محتوى رقمي مُتنوع لِحملة تسويق حكومية افتراضية.

اليوم الرابع:

قياس أداء التسويق الرقمي والتحليلات

- مؤشرات قياس أداء التسويق الرقمي)معدل الوصول، التفاعل، التحويلات، العائد على الاستثمار.(
- أدوات تحليل البيانات (Google Analytics, Social Media Analytics)وفهم تقارير الأداء.
- استخدام البيانات لتحسين حملات التسويق الرقمي واتخاذ قرارات تسويقية فعالة.
- ورشة عمل :تحليل بيانات حملة تسويق رقمية ووضع توصيات لتحسين الأداء.

اليوم الخامس:

أخلاقيات التسويق الحكومي الرقمي والمُستقبل

- أخلاقيات التسويق الحكومي الرقمي :الشفافية، الدقة، الموضوعية، احترام الخصوصية.
- التسويق الحكومي الرقمي في مُواجهة التحديات)الأخبار الكاذبة، التضليل الإعلامي.(
- اتجاهات مُستقبلية في التسويق الحكومي الرقمي)الذكاء الاصطناعي، الواقع الافتراضي، ميتافيرس.(
- ورشة عمل :مناقشة تحديات التسويق الحكومي الرقمي واستشراف مُستقبله.

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.