



# مجموعة المالكي للتدريب والتطوير

تقدم

الورشة التدريبية بعنوان

## التسويق المتكامل: مزج القنوات الرقمية والتقليدية لتحقيق النجاح

مكان الإنعقاد : الإمارات العربية المتحدة - دبي

تاريخ الإنعقاد : 2025 /5/1-4/27.





## مقدمة :

التسويق المتكامل الذي يمزج بين القنوات الرقمية والتقليدية أصبح أساسياً لتحقيق النجاح في الحملات التسويقية، لا سيما في القطاع الحكومي. يتيح هذا النهج الجمع بين الأدوات الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلانات الرقمية، والبريد الإلكتروني مع القنوات التقليدية مثل التلفزيون، الراديو، والإعلانات المطبوعة للوصول إلى جمهور أوسع وبطريقة أكثر تكاملاً. هذا التفاعل بين الوسائط المتعددة يتيح تحقيق أقصى قدر من التأثير والفعالية، ويضمن وصول الرسائل إلى الجمهور المستهدف عبر عدة قنوات تواصل تتناسب مع احتياجاتهم.

يهدف هذا البرنامج التدريبي إلى تمكين المشاركين من فهم وتطبيق استراتيجيات التسويق المتكامل، من خلال استعراض أفضل الممارسات والتجارب العالمية، وتدريب المشاركين على تصميم وتنفيذ حملات تسويقية فعالة تجمع بين القنوات الرقمية والتقليدية، وقياس أدائها وتحقيق النتائج المرجوة.

## أهداف الورشة:

- تعليم المشاركين أهمية دمج القنوات الرقمية والتقليدية لتحقيق التسويق المتكامل.
- تطوير مهارات التخطيط الاستراتيجي للحملات التسويقية المتكاملة.
- تعليم كيفية اختيار القنوات المناسبة بناءً على الجمهور المستهدف والرسائل المراد إيصالها.
- تعزيز مهارات تحليل البيانات لتقييم فعالية كل قناة تسويقية.
- تعليم كيفية تحسين تكامل القنوات الرقمية والتقليدية لتعزيز الفعالية التسويقية.
- تعليم استراتيجيات إدارة الميزانية بفعالية لضمان توزيع الموارد بين القنوات المختلفة.
- استكشاف تحديات التسويق المتكامل وكيفية التغلب عليها لضمان نجاح الحملات.

## 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:

### القنوات التسويقية الرقمية

- استعراض أبرز القنوات التسويقية الرقمية (مثل مواقع الويب، وسائل التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني، الإعلانات الرقمية).
- مزايا وعيوب كل قناة وكيفية استخدامها بفعالية في التسويق الحكومي.
- أدوات وتقنيات التسويق الرقمي.
- ورشة عمل: تطوير خطة تسويق رقمية لخدمة حكومية.

## اليوم الثالث:

### القنوات التسويقية التقليدية

- استعراض أبرز القنوات التسويقية التقليدية (مثل الإعلانات المطبوعة، الإعلانات التلفزيونية والإذاعية، العلاقات العامة، الفعاليات).
- مزايا وعيوب كل قناة وكيفية استخدامها بفعالية في التسويق الحكومي.
- أفضل الممارسات في التسويق التقليدي.
- ورشة عمل: تطوير خطة تسويق تقليدية لخدمة حكومية.

## اليوم الرابع:

### دمج القنوات الرقمية والتقليدية

- استراتيجيات لدمج القنوات الرقمية والتقليدية في حملات تسويقية متكاملة.
- تحديد نقاط التكامل بين القنوات المختلفة.
- تخصيص الرسائل التسويقية لكل قناة.
- قياس وتحليل أداء الحملات التسويقية المتكاملة.
- ورشة عمل: تطوير حملة تسويقية متكاملة تجمع بين القنوات الرقمية والتقليدية.

## 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.