€TRAINING

تسويق البترول الدولي



5 - 9 فبراير 2024

مدريد (اسبانيا)

تسويق البترول الدولي

رمز الدورة: V648 تاريخ الإنعقاد: 5 - 9 فبراير 2024 دولة الإنعقاد: مدريد (اسبانيا) - التكلفة: 5300 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

إن القدرة على تسويق عملك هي السمة الوحيدة التي ستساعد على تمييزك عن الآخرين في دورك، وبنفس القدر من الأهمية فإن تعلم كيف تكون مسوقاً أفضل سيمكنك من التقدم في حياتك المهنية، مع السماح لمؤسستك بالحصول على أقصى استفادة من مهاراتك في قطاعات النفط والغاز. لكن القدرة على إتخاذ قرارات تسويقية فعالة لا تتعلق فقط باختيار "نعم" أو "لا" بناءً على المعلومات التي أمامك، أكثر من ذلك، يتعلق الأمر بالقدرة على إيجاد حل وسط غالباً بين المعلومات المعقدة والمتضاربة.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- وضع وتنفيذ استراتيجية تسويق كاملة المواصفات لقطاع البترول.
- فهم العوامل الاقتصادية المؤثرة في سوق البترول العالمية.
- استخدم مجموعة من أدوات التسويق لتوصيل رسالة مقنعة
- التعرف على كيفية عمل وسائل الإعلام.
- اكتساب ميزة تنافسية في سوق البترول والنفط والغاز سريع التطور.

الفئات المستهدفة:

- موظفو إدارة تسويق صناعة البترول الحاليين والمديرين وغيرهم من الموظفين داخل القطاع.
- الموظفون الجدد في صناعة البترول.
- الموظفون الحاليون في القطاع الذين ينتقلون إلى وظيفة متعلقة بالتسويق.
- موظفو التسويق الذين يتطلعون إلى الحصول على رؤية أكبر للقطاع.
- الموظفون الذين يرغبون في فهم كيفية تأثير اقتصاديات القطاع على وظيفتهم التسويقية.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

قطاع البترول "نظرة عامة على التسويق":

- أساسيات تسويق المنتجات البترولية بما في ذلك ديناميكيات السوق وقنوات التوزيع.
- نظرة عامة على تسويق البترول "المشاركون الرئيسيون والبنى التحتية".
- المنتجات التي يتم تسويقها بشكل عام والقضايا والتحديات التي تؤثر عليها.
- من يقوم بالتسويق وتحديد رسالتك وشرائح العملاء واحتياجاتهم وتوقعاتهم.
- دور العلامات التجارية الفعالة في قطاع البترول.
- عمليات الأعمال الرئيسية المشاركة في تسويق المنتجات البترولية لمختلف العملاء وأصحاب المصلحة.

الوحدة الثانية:

تسويق التجزئة والجملة في قطاع البترول:

- كيف يقوم تجار التجزئة بتسويق المنتجات البترولية المختلفة لعملائهم.
- نموذج "AIDA" فيما يتعلق بقطاع البترول.
- تنقيح وإبراز عوامل التمييز الرئيسية لعلامتك التجارية.

- مدى أهمية التقسيم وتحديد المواقع لنجاح تسويق قطاع البترول.
- التسويق بالجملة "كيفية تسويق الشركات بكميات كبيرة بما في ذلك للموزعين وإعادة البيع".
- تحليل النقل "B2C & B2B" ، القطاعات المحلية والصناعية والتجارية والمتعددة الجنسيات.
- منافسة المنتج في سوق البترول.

الوحدة الثالثة:

مطابقة تسويق قطاع البترول مع الاقتصاد الجزئي والكلي:

- بيئة الاقتصاد الكلي "لماذا يهم قطاع البترول".
- الطلب العالمي والتسعير للمنتجات البترولية.
- كيفية تحليل السوق وتقييم تأثير الاتجاهات على التنمية المستقبلية.
- إجراء تحليل "PESTEL" - كيف ولماذا من السوق الخاص بك.
- كيف يتم تأسيس أسواق النفط الخام والبترول على المستويين العالمي والإقليمي.
- كيف تؤثر منظمات مثل "أوبك" على أسواق إنتاج البترول حول العالم.
- المنفعة الجدية "حيث يتم جني الأرباح في القطاع".
- تمايز المنتج والخدمة.

الوحدة الرابعة:

صعود التسويق الرقمي في قطاع البترول:

- التسويق الرقمي "تعريف وشرح محدد لقطاع البترول".
- كيفية استخدام الرقمية والتقليدية في حملة متكاملة لقطاع البترول.
- دمج منصات الوسائط الاجتماعية المختلفة الخاصة بك لتعظيم الوصول عبر قطاع البترول.
- التعامل مع شكاوى العملاء والموردين وغيرهم من أصحاب المصلحة في الصناعة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- زيادة المشاهدات وإبداءات الإعجاب والنقرات عبر مختلف المنصات الرقمية.
- متى يتم الإعلان على وسائل التواصل الاجتماعي "كيفية الوصول إلى حسابات النفط والغاز والبترول الرئيسية عبر قنوات جديدة".
- استخدام تقنيات البريد الإلكتروني لإنشاء قنوات ذات صلة بالصناعة.
- قياس الأثر الرقمي والبصمة.
- تطوير استراتيجية رقمية كاملة في قطاع البترول.

الوحدة الخامسة:

وضع خطتك موضع التنفيذ:

- ماذا تفعل إذا سارت الأمور بشكل خاطئ "كيفية التعامل مع أزمة داخل قطاع البترول".
- التواصل مع الصحفيين وقادة الفكر..
- التخطيط للمستقبل "تنفيذ استراتيجيتك الخاصة بالنفط والغاز"
- وسائط البث مقابل المطبوعات مقابل الإنترنت "تكامل التغطية الخاصة بك".
- إظهار القيمة والعائد على الاستثمار في قطاع البترول.
- الاتصالات الداخلية "فائدة إخبار زملائك".