€TRAINING

# إعداد ووضع الخطط التسويقية



7 - 11 أكتوبر 2024

مدريد (اسبانيا)

# إعداد ووضع الخطط التسويقية

رمز الدورة: J437 تاريخ الإنعقاد: 7 - 11 أكتوبر 2024 دولة الإنعقاد: مدريد (اسبانيا) - التكلفة: 5300 يورو

## مقدمة عن البرنامج التدريبي:

إن الخطة التسويقية لأي شركة هي نافذة النجاح في تحقيق أهداف هذه الشركة لتحملها إلى غاياتها، وفي الواقع هناك ثلاث أنواع من الشركات، تلك التي تجعل الأشياء تحدث، وتلك التي تراقب الأشياء وهي تحدث، وتلك التي تتعجب مما يحدث، وإن خطة التسويق يجب أن تجعل الأشياء تحدث ! وبوجود خطة تسويق معدّة جيداً، فإن هدف الشركة يصبح جعل الأشياء تحدث بدلاً من التعجب مما يحدث! يمكن القول أن الخطة التسويقية هي خطة عمل للشركة تتركز بشكل أساسي على المبيعات والتسويق، لكن هذا التعريف البسيط لا يعكس الأهمية والتعقيد الذين يميزان الخطة التسويقية،

## أهداف البرنامج التدريبي:

### في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- وضع خطة تسويقية متكاملة الأركان.
- تحديد نقاط القوة والضعف ووضع الاستراتيجيات لمعالجة نقاط الضعف.
- الفهم الجيد حول الاستراتيجيات الناجحة والاستراتيجيات الفاشلة.
- تلبية احتياجات ومتطلبات العملاء من خلال الفهم الجيد للفئة المستهدفة.
- وضع استراتيجيات طويلة المدى في بناء العلاقات مع العملاء.

## الفئات المستهدفة:

- أصحاب الشركات.
- مدارء الشركات.
- مدراء أقسام التسويق.
- مدراء أقسام المبيعات.
- موظفو أقسام التسويق.
- موظفو أقسام المبيعات.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه البرنامج ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

## محاور البرنامج التدريبي:

### الوحدة الأولى:

- كيفية دراسة الوضع الحالي للشركة.
- الملخص التنفيذي.
- الأهداف والإجراءات وترتيب الأولويات.
- تحليل البيئة الداخلية والخارجية.
- المزيج التسويقي.

### الوحدة الثانية:

- تحليل "PESTLE".
- تحليل "TOWS&SWOT".
  - نقاط القوة أو مكامن القوة لدى الشركة.

- نقاط الضعف الذي قد تكون مصابة به الشركة.
- الفرص المتاحة للشركة.
- التهديدات التي تواجه الشركة.

- تحليل المنافسين.

## الوحدة الثالثة:

- دراسة سلوك المستهلك.
- وضع الاستراتيجيات التسويقية.
- الإجراءات الضرورية المطلوبة للفوز بصفقات تجارية.
- دراسة المزيج التسويقي.

## الوحدة الرابعة:

- الميزة التنافسية التي تتمتع بها الشركات.
- الفرص المتاحة وتقييم المخاطر في السوق.
- كيفية إعداد الميزانية التسويقية.

## الوحدة الخامسة:

- وضع الخطط التسويقية.
- كيفية إعداد خطة التنفيذ.
- معايير التقييم والمتابعة.
- توضيح المسار إلى أين تريد الوصول وما هي الوسائل التي ستمكنك من الوصول.
- المشاكل التي تواجه الخطة التسويقية.