
إدارة العلامة التجارية وترسيخ موقعها





إدارة العلامة التجارية وترسيخ موقعها

إدارة العلامة التجارية وترسيخ موقعها دورة تنفيذية مدتها خمسة أيام يقدّمها مركز مارس للتدريب في مراكزنا التدريبية الدولية، من لندن وباريس إلى ميلانو ومديد ودي. وهي مصمّمة لمديري العلامات التجارية ومديري التسويق وكبار المديرين المسؤولين عن الرعاية الاستراتيجية لعلامة تجارية أو محفظة علامات.

العلامة التجارية هي النصل التجاري الأكثر ديمومة في المؤسسة، وهي في الوقت نفسه من أسوأ النصول إدارة. فكثير من العلامات ينحرف مع الزمن لأن لا أحد من القادة مسؤول صراحة عن الخيارات التي تبني قيمة العلامة أو تُضعفها: التوضيح، والهوية، وهندسة العلامات، والقرارات اليومية بشأن ما ستفعله العلامة وما لن تفعله. وهذا البرنامج مبني للقادة الذين يحملون هذه المسؤولية ويريدون منهجاً منضبطاً لممارستها.

على مدى خمسة أيام مركّزة، سنتناول تخصص إدارة العلامة التجارية بأكملها: استراتيجية العلامة، والتوضيح، وأنظمة الهوية، وهندسة العلامات في المجموعات متعددة العلامات، وقياس قيمة العلامة، والسلوكيات القيادية التي تُبقي العلامة قوية عبر عقود. ويستند البرنامج إلى دراسات حالة من مؤسسات بريطانية وأوروبية وشرق أوسطية، ويُنشئ حول سياق علامتك أنت.

ماذا ستتعلم

بحلول نهاية هذا البرنامج ستكون قادراً على:

- تطبيق إطار منظم للاستراتيجية العلامة التجارية على عملك.
- بناء بيان تهووضع ووعده علامة قابليين للدفاع عنها.
- تصميم نظام هوية بصرية متناسك عبر جميع القنوات.
- إدارة هندسة العلامات في هيكل متعدد العلامات أو مجموعة شركات.
- تشخيص صحة العلامة بأدوات ممتدة لقياس قيمتها.
- قيادة العلامة عبر إعادة تهووضع دون فقدان قاعدتها.
- حوكمة اتساق العلامة عبر الأسواق والشركاء وحاهلي الاهتياز.
- بناء مؤسسة تقودها العلامة، لا مجرد فريق تسويق تقوده العلامة.
- تقييم قرارات الرعاية والشراكة وتوسيع العلامة.
- الدفاع عن الاستثمار في العلامة بوصفه أصلاً هالياً لا إنفاقاً اختياريّاً.

كيف ستستفيد

ستفادر بدليل عمل متكامل لقائد العلامة التجارية يشمل التهووضع والهندسة والهوية والقياس، إضافة إلى شهادة إتمام من مارس.

وستكسب مؤسستك قائد علامة قادراً على الدفاع تجارياً عن الاستثمار في العلامة، وحوكمة اتساقها بصراحة، ورعاية قيمتها بوصفها أصلاً هالياً طويل النهد.



لن هذا البرنامج

صمّم هذا البرنامج لكبار قادة العلامات التجارية والتسويق، ومنهم:

- مديرو العلامات التجارية ورؤساء إدارات العلامات
- مديرو التسويق المسؤولون عن محفظة العلامات
- كبار مديري العلامات المستعدون لدوار إدارية عليا
- مسؤولو التسويق في المجموعات متعددة العلامات
- المديرون التجاريون في شركات السلع ذات العلامات
- هلاك الشركات العالمية الراعون لعلامات عريقة
- كبار قادة التسويق في القطاع العام وتسويق الوجهات

الحد الأدنى للمستوى الوظيفي هو مدير أول فما فوق. يُقدّم البرنامج حضورياً على مدى خمسة أيام في لندن أو باريس أو ميلانو أو مدريد أو دبي. وينتهي بمنح شهادة إتمام من مارس.