

التسويق الرقمي واستراتيجية وسائل التواصل





التسويق الرقمي واستراتيجية وسائل التواصل

التسويق الرقمي واستراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي دورة تنفيذية مدتها خمسة أيام يقدمها مركز مارس للتدريب في لندن وأمستردام ودي وبيرشلونه وكوالالمبور، وعبر الإنترنت مباشرة. وهي مصممة لمديري التسويق ورؤساء القنوات الرقمية وكبار المسوقين الذين يصوغون الاستراتيجية الرقمية والاجتماعية على المستوى التنفيذي.

انتقلت القنوات الرقمية من أسفل الهيكل التنظيمي للتسويق إلى قلبه. فالإعلام المدفوع، والبحث العضوي، ومنصات التواصل الاجتماعي، وأتمتة التسويق، والمحتوى المدعوم بالذكاء الاصطناعي، تقود اليوم الجزء الأكبر من رحلة العميل في معظم المؤسسات. ولم تعد مهمة القائد الأول أن يعرف كل خاصية في كل منصة، بل أن يحكم وظيفة رقمية متكاملة، ويوزع الميزانية بذكاء، ويقرأ البيانات التي تنتجها المنصات.

على مدى خمسة أيام مركزة، سنتناول البنية الاستراتيجية للتسويق الرقمي الحديث: وضع الأهداف الرقمية، وهيكل الفرق والوكالات، وبناء الحملات المتكاملة، وحوكمة وسائل التواصل الاجتماعي، وقياس النتائج بصيغة يقبلها مجلس الإدارة. ويستند البرنامج إلى دراسات حالة من مؤسسات بريطانية وأوروبية وشرق أوسطية، وهو مبني لكبار المسوقين الذين يعرفون النواحيات ويريدون قيادة الوظيفة بشكل سليم.

ماذا ستتعلم

بحلول نهاية هذا البرنامج ستكون قادراً على:

- بناء استراتيجية تسويق رقمي متوائمة مع استراتيجية المؤسسة.
- تصميم خطة إعلامية متكاملة مدفوعة وهملوكة ومكتسبة.
- هيكلية فريق رقمي متقدم وحوكمة العلاقات مع الوكالات.
- تطبيق إطار رحلة العميل على اختيار القنوات الرقمية.
- تقييم منصات التواصل الاجتماعي بمعايير الملاءمة التجارية لا الشهرة.
- حوكمة حضور العلامة التجارية عبر المنصات الاجتماعية الكبرى بمسؤولية.
- توجيه برنامج البحث والمحتوى دون التحول إلى متخصص تقني.
- توظيف أتمتة التسويق وبيانات إدارة علاقات العملاء لرفع أداء الحملات.
- استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بحكمة داخل وظيفة التسويق الرقمي.
- الدفاع عن الاستثمار في التسويق الرقمي بمؤشرات ذات دلالة.

كيف ستستفيد

ستفاد بالامام قيادي بالجمال الرقمي والاجتماعي يكفي لتوجيه فريق، ومسائلة وكالة، وصياغة استراتيجية، إضافة إلى شهادة إتمام من مارس.

وستكسب مؤسستك قائد تسويق رقمي قادراً على دمج القنوات، وحوكمة الشركاء الخارجيين، وربط النشاط الرقمي بنتائج تجارية بدلاً من مؤشرات شكلية.



لمن هذا البرنامج

صُمِّمَ هذا البرنامج لكبار قادة التسويق الرقمي والتسويق عمومًا، ومنهم:

- مديرو التسويق المسؤولون عن القنوات الرقمية
- رؤساء التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية
- رؤساء وسائل التواصل الاجتماعي والمحتوى
- مديرو العلامات التجارية المنتقلون إلى الاستراتيجية الرقمية
- مديرو الاتصال المؤسسي المسؤولون عن القنوات الرقمية
- المديرون العاملون في النعمال الرقمية أولاً
- كبار قادة الاتصال في القطاع العام

الحد الأدنى للمستوى الوظيفي هو مدير أول فما فوق. يُقدَّم البرنامج على مدى خمسة أيام حضورياً في أيٍّ من مراكزنا الدولية: لندن أو أمستردام أو دبي أو برشلونة أو كوالالمبور أو مباشرةً عبر الإنترنت، وينتهي بمنح شهادة إتمام من مارس.