

تسويق الفرص الاستثمارية

أهداف الدورة:

تزويد المشاركين بالمهارات اللازمة لتحديد وترويج الفرص الاستثمارية.
فهم سلوك المستثمرين واحتياجاتهم.
تطوير عروض استثمارية جاذبة.
بناء استراتيجية تسويقية فعّالة لجذب الاستثمارات محليًا ودوليًا.

اليوم الأول: مدخل إلى تسويق الفرص الاستثمارية

المحاور:

تعريف التسويق الاستثماري وأهميته في جذب رأس المال
الفرق بين التسويق التقليدي والتسويق الاستثماري
أنواع الفرص الاستثمارية (صناعية، سياحية، زراعية، تقنية...)
خصائص المستثمرين المحليين والدوليين
تحليل البيئة الاستثمارية (SWOT – PESTEL)

اليوم الثاني: تحديد وتطوير الفرص الاستثمارية

المحاور:

دراسات الجدوى كمصدر للفرص

تقييم الجدوى الاقتصادية والمالية للسوق المستهدف

بناء القيمة المضافة للفرصة الاستثمارية

قصص نجاح لفرص استثمارية محلية وعالمية

اليوم الثالث: تصميم عرض الفرصة الاستثمارية

المحاور:

عناصر العرض الاستثماري الجاذب (Investment Pitch Deck)

صياغة القيمة المضافة والعائد المتوقع

العرض المالي – العوائد، التكاليف، فترة الاسترداد

أساليب العرض الجاذبة (Visuals – Infographics – Pitch)

نماذج عالمية للعروض الاستثمارية الناجحة

اليوم الرابع: استراتيجيات الترويج الاستثماري

المحاور:

قنوات التسويق والترويج (الرقمية – المؤتمرات – الزيارات المباشرة)

التسويق الإلكتروني للفرص الاستثمارية (مواقع – منصات – محتوى)

الترويج عبر السفارات والمكاتب التجارية

الشراكات مع القطاع الخاص والمستثمرين الاستراتيجيين

العلاقات العامة والتواصل المؤثر مع المستثمرين

اليوم الخامس: جذب المستثمرين وإقناعهم

المحاور:

فهم دوافع المستثمر وأنماط اتخاذ القرار

مهارات التفاوض مع المستثمرين

معالجة اعتراضات المستثمرين

التهيئة القانونية والتنظيمية لجذب الاستثمار

مراجعة شاملة، دراسة حالة واقعية + تقييم نهائي