

التميز و الابداع في خطة التسويق الاستراتيجية

لمحة عامة

تحدد خطة التسويق عناصر التسويق الأساسية التي ترسم خارطة الأعمال نحو تحقيق الأهداف والعمليات التي يجب على المدراء والموظفين إنجازها. تتناول هذه الدورة التدريبية عدة جوانب لخطة التسويق وتقدير الفرص التسويقية والبحث التسويقي والتحليل السوقي و الترويج: مثل المزيج التسويقي 4 وتحديد الشرائح السوقية المستهدفة ووضع خطة تسويق استراتيجية. بذلك تغطي هذه الدورة التدريبية جميع العمليات ابتداءً من مرحلة التحضير وحتى تنفيذ الخطة التسويقية إلى تقييم مدى نجاح الجهد التسويقي للمؤسسة.

المنهجية

تستخدم هذه الدورة مجموعة متنوعة من التمارين ودراسة الحالات التي تهدف لتنمية المهارات المطلوبة لتطوير ومراقبة تنفيذ خطة التسويق الاستراتيجية، كما تحتوي الدورة على العروض التقديمية الجماعية والنقاشات حول الاستراتيجيات المختلفة للخطط التسويقية

أهداف الدورة

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من :

- اتباع وتنفيذ الخطوات العملية لإنتاج خطة تسويقية فعالة
- وضع الخطة التسويقية التي تستند إلى نتائج التدقيق التسويقي
- استخدام نتائج التدقيق التسويقي لتحديد الاستراتيجيات والتكتيكات الفعالة
- تطوير عناصر خطة التسويق الاستراتيجية
- تحديد وتنفيذ استراتيجيات المنافسة التسويقية المختلفة (الهجومية والدفاعية والمناورة)

الفئات المستهدفة

تستهدف هذه الدورة التدريبية مدراء الشركات ومدراء أقسام التسويق والإنتاج والمبادرات الحريصين على تنمية مهاراتهم في جميع عمليات التسويق. كما تستهدف الدورة الباحثين التسويقيين ومدراء التخطيط وجميع المهنيين المسؤولين عن خطط التسويق.



AL MAWRED TRAINING INSTITUTE

الكفاءات المستهدفة

- التحليل الكلي والجزئي
- تحديد المزيج التسويقي
- وضع أهداف سمارت SMART
- استراتيجيات المحيط الأزرق Blue Ocean
- إدارة ملفات الأعمال
- إنتاج مصفوفة مجموعة بوسطن الاستشارية
- وضع الخطة التسويقية

مفهوم التسويق

- النطاق والوظائف
- زيادة شدة التنافس حول العالم
- منهجية القنبلة الذكية الاستراتيجية
- تعريف التخطيط الاستراتيجي
- وضع إطار عمل الخطة العامة

عملية التخطيط التسويقي

- فوائد التخطيط
- أسباب كتابة خطة تسويقية
- عملية التخطيط التسويقي
- وضع أهداف سمارت SMART
- ربط استراتيجية التسويق برؤية رسالة وأهداف المؤسسة

تحليل وضع الأعمال

- عناصر بيئية الشركة
- إطار عمل تحليل التنافس
- عناصر التحليل الداخلي
- عناصر التحليل الخارجي
- تحليل العملاء ومستوى التنافس

تحليل SWOT (نقاط القوة وجوانب الضعف والفرص والتهديدات)
مخطط القوى الخمس
تصميم وتحليل الملف (مصفوفة مجموعة بوسطون الاستشارية)
ورشة عمل: التحليل التسويقي

اللَّخْطِيْطُ لِتَجْزِئَةِ وَاسْتَهْدَافِ وَالْتَّمَوْضِعِ فِي السُّوقِ

قواعد التجزئة
فوائد تجزئة السوق
عملية التجزئة السوقية
معايير تجزئة B2B
التموضع الفعال
خطوات التخطيط للتجزئة والتموضع في السوق
إنشاء عرض مؤثر للقيمة
ورشة العمل: تصميم خطة عرض القيمة والتموضع في السوق

تطویر الاستراتیجیة

النظر في البديل الاستراتيجية المختلفة (TOWS تحليل)
تحليل الاستراتيجيات التسويقية المختلفة
نمو مصفوفة الاستراتيجية
العوامل المؤثرة على اختيار الاستراتيجية
استراتيجية المحيط الأزرق مقابل استراتيجية المحيط الأحمر
ورشة عمل: تشكيل الاستراتيجيات والتخطيط للحالات الطارئة

تطبيقات التخطيط التكتيكي

إعداد المشهد: المصفوفة التسويقية
عناصر المصفوفة التسويقية
استخدام نموذج المزيج التسويقي

