

لغة التدريب:

عربي / انجليزي

أساليب التدريب:

- من خلال شرائح العرض
- استخدام الوسائل السمعية والبصرية
- مناقشة تفاعلية
- المشاركة من خلال التمارين
- تعليم تطبيقي و فعلي
- تطبيق النشاطات المتنوعة
- حالات واقعية وعميلة
- ورش العمل
- برامج المحاكاة
- استخدام الألعاب ذات الصلة وتمثيل الادوار

مقدمة:

التسويق الإلكتروني يعتبر من أهم أنواع التسويق الحديثة ، ويكون ذلك عبر شبكة الإنترنت. حيث أصبحت شبكة الإنترنت الآن تحتل حيزاً مهماً من حياتنا اليومية لكونها مصدر من مصادر الحصول على المعلومة ، منافسة في ذلك الوسائط التقليدية في نشر الخبر أو المعلومة مثل الجرائد والمجلات والإذاعات المرئية والمسموعة، إلى جانب اعتبار هذه الشبكة مصدر مهم للمعرفة، وأصبح بالإمكان ومع تطور الوسائل التقنية المساعدة في ذلك خلق مساحة جديدة يمكن استثمارها في التسويق لبعض السلع أو الخدمات

أهداف الدورة:

- توفير فرص عمل جديدة ومطلوبة في السوق المحلي.
- زيادة مبيعات الشركات والمؤسسات.
- فتح مجالات أوسع للشركات وأصحاب التجارة وأصحاب الخدمات.
- بناء جيل رائد للعمل، يستطيع عمل شركة اون لين لترويج منتجاته ومنتجات الغير.
- الحصول علي وظيفة مطلوبة وبكثرة في العالم العربي والأجنبي.

محاور الدورة:

- الفصل الأول:التسويق الإلكتروني:لمحة عامة
- 1-أساسيات التسويق الإلكتروني
- 2-تاريخ التسويق الإلكتروني
- 3-نماذج أنواع التسويق الإلكتروني
- 4-أين يمكن ان يستخدم التسويق الإلكتروني
- الفصل الثاني:استراتيجيات التسويق الإلكتروني
- 1-أنواع الاستراتيجيات الفعالة
- 2-طرق اختيار الاستراتيجية الفعالة
- 3-طرق تحديد الهدف
- 4-ادوات التسويق عبر الانترنت المشترك
- الفصل الثالث:طرق التخطيط للحملات الدعائية
- 1-المقاييس ، مؤشرات الاداء وعوامل النجاح
- 2-اطلاق وقياس الحملات عبر الانترنت
- 3-طرق تتبع الحملة
- 4-استراتيجيات وتكتيكات متقدمة
- الفصل الرابع:وسائل التواصل الاجتماعي
- 1-تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي المتقدمة
- 2-أثر وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق
- 3-الطرق الرئيسية لبناء العلامة التجارية في وسائل التواصل الاجتماعي
- الفصل الخامس:أهداف وسائل التواصل الاجتماعي وتفعيلها
- 1-تحديد الأهداف لوسائل التواصل الاجتماعي
- 2-خبرات استشارية في محادثات وسائل التواصل الاجتماعي
- 3-تفعيل العلاقة بين العلاقات العامة وخدمة الجمهور داخل وسائل التواصل الاجتماعي
- الفصل السادس:تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الفعالة
- 1-كيف تضع جدول زمني للتنفيذ الاستراتيجي
- 2-طرق الاستفادة من الصور واشربة الفيديو في مواقع التواصل الاجتماعي
- 4-منصات الطبقات العليا
- الفصل السابع:اعداد الادوات
- 1-تحديد وقت الانطلاق
- 2-اعداد الحسابات على منصات الدرجة الثانية
- 3-تعزيز صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بشركتك في وسائل تواصل أخرى
- 4-دعم التجارة الإلكتروني
- 5-قنوات وسائل التواصل الاجتماعي الدولية
- 6-تفعيل الثروة ولوحات المناقشة
- الفصل الثامن:المقاييس والتقييم
- 1-تعريف المصطلحات الرئيسية
- 2-الانطلاق لنيل النتائج وفقاً للاهداف
- 3-استخدام ادوات القياس المجانية
- 4-استخدام ادوات القياس المدفوعة

0- فوائذ العنوان URL الشعبي والقصر
1- تفعليل التقارير وتنسيقها

لمن هذم الدورة:

موظفي التسويق والمبيعات , مديري التسويق والمبيعات ومساعدوهم فى المؤسسات والشركات الصناعية والخدمية