



تحقيق الاحتراف في تسويق الأعمال للشركات في العالم العربي

Duration: 5 Days

Language: ar

Course Code: PM1-101

Objective

- مساعدة التسويق الفعال للشركة - فهم كيفية التغلب على المنافسة في الأسعار - بناء علاقات وثقة - زيادة قاعدة العملاء
- بناء الاعتمادية مع أصحاب المصلحة - تحديد الاتجاه من خلال تسويق واضح - زيادة هوامش الربح مع تجنب الهدر

Audience

الدورة مفيدة لأكثر الفئات استفادة:

- القادة والرؤساء التنفيذيين
- المدبرون العليا
- التنفيذيون بحاجة للتواصل في الأعمال
- المدبرون من تخصصات غير التسويق يبحثون عن فهم التسويق B2B
- التنفيذيون مهتمون بالتسويق B2B
- مدبرو مبيعات B2B
- أشخاص تم تعيينهم مؤخراً في دور تسويقي
- الراغبين في تطوير مهاراتهم لتحسين فرص العمل

Training Methodology

Teaching takes place in various settings, including face-to-face classroom teaching. It will ensure that participants can expand their knowledge of the subject and increase their skill set. The course is delivered via various methods by a specialist tutor. This will include PowerPoint presentations, reviewing articles and other relevant materials, group or individual exercises and discussions. There may be some independent work set, and the course will require submitting articles to demonstrate understanding and an end-of-course test. Note-taking is encouraged, and you are welcome to use electronic devices.

The course manual will form part of the learning but give you references for the future. You are encouraged to ask questions and, if needed, spend time one-on-one with your tutor to review any issues. You can network with peers in similar roles during your time in the classroom.

Summary

في ظل المنافسة الشديدة في السوق الحالية، يُعد التميز في ساحات التجارة بين الشركات تحدياً بالغ الصعوبة. مع الشركات العديدة التي تنافس بقوة من أجل الانتباه والضغط المستمر لتقديم أسعار تنافسية، تتعرض العديد من المنتجات للتشتيت، مما يقلل من قيمتها إلى مجرد نقاط سعرية بدلاً من حلول تعتمد على القيمة. للتفوق في هذا السياق، يجب على الشركات اعتماد استراتيجيات تسويقية مبتكرة ومعدة خصيصاً لسوق الشركات بين الشركات. ومع ذلك، يجب فهم تفاصيل تسويق الشركات بين الشركات، حيث يؤدي ذلك غالباً إلى تبني استراتيجيات تشبه أساليب التسويق التقليدية بين الشركات والمستهلكين النهائيين. هذا الفهم الخاطئ يؤدي إلى تكتيكات غير فعالة تفشل في التواصل مع المشتريين المحترفين وصناع القرار، مما يضع الشركات في موقف ضعيف ويجعلها تناضل من أجل البقاء رابحة وجديرة.

يتجاوز التسويق الفعال بين الشركات ببساطة نقل المعلومات أو مهاجمة العملاء المحتملين بالاتصالات الثقيلة التي لا تحقق النتائج المأمولة. يتطلب الأمر نهجاً استراتيجياً يركز على خلق القيمة، وبناء العلاقات، وتعزيز مكانة الشركة كشريك موثوق به بدلاً من مجرد بائع. من خلال فهم دوافع وعمليات اتخاذ القرارات الفريدة لعملاء الشركات بين الشركات، يمكن للشركات وضع رسائل تتحدث مباشرة إلى نقاط الضعف والأهداف والتطلعات لجمهورها، وتقديم حلول ذات صلة وقيمة وجاذبية.

تحويل التسويق التجاري إلى دورة تسويق الشركات بين الشركات تزود المشاركين بالمهارات والرؤى الضرورية لتطوير استراتيجيات تسويقية مقنعة ومستهدفة تعزز تصور العلامة التجارية، وتعزز العلاقات التجارية القوية، وتعزز النمو في قطاعات التنافسية بين الشركات. من خلال مزيج من النظرية والدراسات العملية والتمارين العملية، تقدم هذه الدورة شرحاً لتسويق الشركات بين الشركات، مما يمكن المشاركين من تغيير نهجهم والابتعاد عن الطرق التقليدية، واكتساب ميزة تنافسية في السوق. سواء كنت مبتدئاً في مجال تسويق الشركات بين الشركات أو تبحث عن تحسين استراتيجياتك، توفر هذه الدورة الأدوات الأساسية لتحقيق النجاح في ساحة الأعمال التنافسية.

Course Content & Outline

Section 1: Understanding the Principles of Marketing

- The difference between B2B and other consumer marketing
 - Understanding sales-focused and market-focused skills
 - Focusing on selling products in a B2B scenario
 - The basic underpinning principles of B2B marketing
 - How to make B2B marketing a success
 - Winning preference - the art of relationship building
 - Getting your colleagues to buy in

Section 2: The Plan and Process of Successful Marketing

- Why aligning the business strategy and brand with marketing is key
 - How to structure the process of marketing
- An insight into the customer and competitors from a marketing point of view
 - What is the real need of the customer
 - What are the key priorities for success
 - B2B marketing - how to build a winning plan

Section 3: Marketing Goals and How to Achieve Them

- Defining the objectives of marketing
- The need for a B2B marketing strategy
- How to target the purpose by prioritising people
 - Why B2B marketing needs to be integrated
 - Constructing the perfect marketing mix
- Delivering the mix to generate value and success
- Getting support and contributions from colleagues

Section 4: The Lifecycle Innovation, Product Management, Solutions and Pricing

- The lifecycle concept and how to apply it
- The B2B product portfolio and management
 - How to screen and develop new products
- B2B value-propositions: the art of creating superior value
- How to compete with pricing with competitors and provide value
- How to define pricing strategies and use them to your advantage
 - Essential terms: break-even, cost plus and contribution

- pricing

Section 5: The Marketing Mix: Communications, Distributors and Service

- Applying marketing guidance: The essential guide
- Communication tools and messages - conveying effectively
 - Distributors - how to market effectively
- Offering services and charging accordingly
 - How marketing and sales are integrated
- The importance of measuring and controlling marketing outcomes
 - The marketing budget - creation and justification

Certificate Description

عند إتمام هذه الدورة التدريبية بنجاح، سيحصل المشاركون على شهادة إتمام التدريب من Holistique Training. وبالنسبة للذين يحضرون ويكملون الدورة التدريبية عبر الإنترنت، سيتم تزويدهم بشهادة إلكترونية (e-Certificate) من Holistique Training.

شهادات Holistique Training معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم (BAC) وخدمة اعتماد التطوير المهني المستمر (CPD)، كما أنها معتمدة وفق معايير ISO 9001 و ISO 21001 و ISO 29993.

يتم منح نقاط التطوير المهني المستمر (CPD) لهذه الدورة من خلال شهادتنا، وستظهر هذه النقاط على شهادة إتمام التدريب من Holistique Training. ووفقاً لمعايير خدمة اعتماد CPD، يتم منح نقطة CPD واحدة عن كل ساعة حضور في الدورة. ويمكن المطالبة بحد أقصى قدره 50 نقطة CPD لأي دورة واحدة نقدمها حالياً.

Categories

القيادة والإدارة، الإعلام والتسويق، المبيعات والتسويق

Tags

Related Articles



ما هي أهمية التعاطف في القيادة؟

في عالم القيادة الحديث، يتزايد الاهتمام بأهمية صفات القائد، ومن بين هذه الصفات الرئيسية تبرز بشكل لافت صفة التعاطف. فالتعاطف لا يقتصر على مجرد مظهر إنساني، بل يمتد ليكون أحد العوامل الحيوية في تحقيق القيادة الفعالة.

YouTube Video

<https://www.youtube.com/embed/KvhE12oZPQE?si=d41bhH05xCTJPwYo>