



## مدير سوق الكتروني: دوره ومهامه في التسويق الإلكتروني

**Duration:** 5 Days

**Language:** ar

**Course Code:** PM1-122

### Objective

:By the end of this course, participants will be able to

- .Understand the key responsibilities and metrics of a Marketplace Manager •
- .Manage product listings, pricing, and content optimisation across platforms •
  - .Analyse sales data and marketplace performance reports •
  - .Coordinate logistics, payments, and customer experience •
- .Develop growth strategies tailored to marketplace algorithms and trends •

### Audience

:This course is ideal for

- .E-commerce professionals and digital marketing managers •
- .Marketplace executives and sales managers •
- .Entrepreneurs managing multi-channel online stores •
- .Brand and account managers working with online retailers •
- .Analysts and business developers in digital commerce •

## Training Methodology

The course combines expert-led sessions, case studies, and guided practical exercises. Participants will explore live marketplace dashboards, analyse product data, and design action plans to enhance performance and profitability.

## Summary

This professional training course provides a comprehensive overview of the Marketplace Manager role — a pivotal position in modern e-commerce operations. Participants will learn how to manage online marketplaces such as Amazon, eBay, Noon, Shopify, or regional platforms by mastering product listings, pricing strategies, marketing optimisation, and performance analytics.

The course focuses on building technical, analytical, and strategic skills to help participants manage multiple digital storefronts efficiently, optimise sales performance, and strengthen brand visibility across diverse online channels.

## Course Content & Outline

### Section 1: Understanding the Marketplace Ecosystem

- Overview of global and regional online marketplaces
- Roles and responsibilities of a Marketplace Manager
- Comparing first-party (1P) vs. third-party (3P) selling models
- Key success metrics: conversion rate, buy box share, ROI

### Section 2: Product Listings, Content, and Optimisation

- Best practices for product listing creation and optimisation
- Writing SEO-friendly titles, bullet points, and descriptions
- Using high-converting visuals and multimedia
- A/B testing product content for engagement and sales

### **Section 3: Pricing, Promotions, and Advertising**

- .Dynamic pricing strategies and competitive analysis •
- .Running promotions, discounts, and seasonal campaigns •
- .Marketplace advertising tools: Amazon Ads, Sponsored Products, and Display •
- .Budget allocation and ad performance optimisation •

### **Section 4: Operations, Logistics, and Customer Management**

- .Order fulfilment models: FBA, FBM, dropshipping, and hybrid options •
- .Inventory planning and stock control •
- .Handling returns, refunds, and performance metrics •
- .Customer feedback and reputation management •

### **Section 5: Data-Driven Marketplace Strategy**

- .Analysing marketplace dashboards and KPIs •
- .Forecasting sales trends using analytics and AI tools •
- .Cross-channel growth strategies and brand positioning •
- .Integrating marketplace insights into overall business planning •

## **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.

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

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

## **Categories**

## Related Articles



### ما هو سلوك المستهلك؟ ما أهمية فهم سلوك المستهلك في حملات التسويق؟

سلوك المستهلك هو مجال حيوي في عالم التسويق والإدارة، يهدف إلى فهم كيف يتصرف الأفراد والمجموعات في قرارات الشراء واستخدام السلع والخدمات. يتناول هذا المجال تحليل مجموعة واسعة من العوامل التي تؤثر على تصرفات المستهلكين، بما في ذلك العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية والشخصية. في عالم الأعمال المعاصر، تعتبر دراسة سلوك المستهلك