

استراتيجيات التسويق الرقمي والتحليلات

كيغالي - رواندا

24 - Aug 2026 - 28 - Aug 2026

\$5,500

GENTEX[®]
TRAINING CENTER



المقدمة

في عالمنا الرقمي المتسارع، يجب على الشركات التكيف مع الاتجاهات والأدوات الجديدة للحفاظ على ميزتها التنافسية. أصبح التسويق الرقمي جزءاً أساسياً من استراتيجيات الأعمال، حيث يتيح للشركات التواصل مع العملاء، وبناء الوعي بالعلامة التجارية، وزيادة المبيعات. ومع ذلك، فإن التدفق المستمر للتقنيات والمنصات الجديدة قد يشكل تحدياً في فهم وتعامل مع تعقيدات التسويق الرقمي والتحليلات. تقدم دورة استراتيجيات التسويق الرقمي والتحليلات من مركز جينتيكس للتدريب الأدوات والتقنيات اللازمة للمحترفين لتخطيط وتنفيذ وقياس حملات التسويق الرقمي بنجاح. هذه الدورة الشاملة التي تستمر لمدة خمسة أيام ستغطي الجوانب الأساسية للتسويق الرقمي، مع التركيز على استراتيجيات التحليل لضمان تمكّن المشاركين من متابعة وتحسين جهودهم التسويقية.

أهداف دورة استراتيجيات التسويق الرقمي والتحليلات

- فهم وتنفيذ استراتيجيات التسويق الرقمي الأساسية لتعزيز الحضور الرقمي للعلامة التجارية.
- استخدام أدوات التحليلات المتقدمة لتتبع وقياس وتحسين حملات التسويق الرقمي.
- تطوير استراتيجيات تسويقية مدفوعة بالبيانات تحقق نتائج قابلة للقياس.
- اكتساب رؤى حول سلوك العملاء وتكييف الجهود التسويقية وفقاً لذلك.
- إنشاء وإدارة حملات OES، وسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق بالمحتوى لتعزيز التفاعل.
- تطبيق المعرفة بالتسويق عبر البريد الإلكتروني والإعلانات المدفوعة وتحسين التحويلات لتحقيق النجاح.
- الاستفادة من أدوات مثل جوجل أناليتكس وغيرها من أدوات التحليل لاتخاذ قرارات تسويقية مستنيرة.



منهجية الدورة

سيتم استخدام مزيج من المحاضرات النظرية ودراسات الحالة العملية لضمان أن يتمكن المشاركون من اكتساب قاعدة قوية في استراتيجيات التسويق الرقمي والتحليلات. ستساعد المناقشات التفاعلية، الأنشطة الجماعية، والجلسات العملية على تعزيز التعلم وتقديم سياق واقعي للمفاهيم التي سيتم تناولها.

الفئات المستهدفة

- مديري التسويق والتنفيذيين الذين يتطلعون إلى تحديث مهاراتهم في التسويق الرقمي.
- أصحاب الأعمال والمقاولين الذين يسعون إلى تحسين وجودهم الرقمي.
- المحترفون في مجال التسويق الرقمي الذين يرغبون في تقوية نهجهم الاستراتيجي.
- مديري وسائل التواصل الاجتماعي ومنشئي المحتوى الذين يسعون إلى دمج التحليلات في عملهم.
- أي شخص مهتم بتعلم كيفية تحقيق نتائج قابلة للقياس من خلال التسويق الرقمي.

محتوى دورة استراتيجيات التسويق الرقمي والتحليلات

اليوم الأول: مقدمة في استراتيجيات التسويق الرقمي

- فهم قنوات وأدوات التسويق الرقمي
- تعريف استراتيجية التسويق الرقمي



- المكونات الرئيسية لخطة تسويقية ناجحة
- تحديد الجمهور المستهدف والشخصيات العملاء
- إنشاء استراتيجية التسويق بالمحتوى
- مقدمة في OES ودوره في التسويق الرقمي

اليوم الثاني: تحسين محركات البحث OES والتسويق بالمحتوى

- استراتيجيات OES المتعمقة وأفضل الممارسات
- OES الداخلي مقابل OES الخارجي
- البحث عن الكلمات المفتاحية وتحليلها
- أدوات OES والقياسات
- استراتيجية التسويق بالمحتوى للنجاح في محركات البحث
- تطوير تقويم للمحتوى
- قياس فعالية التسويق بالمحتوى

اليوم الثالث: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات المدفوعة

- فهم التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ودوره في الاستراتيجية الرقمية
- إنشاء وإدارة الحملات عبر منصات مختلفة فيسبوك، إنستغرام، لينكدإن، إلخ



- أفضل الممارسات للتسويق العضوي عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- استراتيجيات الإعلانات المدفوعة: إعلانات جوجل، إعلانات فيسبوك، وغيرها
- وضع الميزانية وقياس العائد على الاستثمار للإعلانات المدفوعة
- تحسين الحملات باستخدام التحليلات

اليوم الرابع: التسويق عبر البريد الإلكتروني وتحسين التحويلات

- إنشاء حملات تسويقية فعالة عبر البريد الإلكتروني
- تقسيم قوائم البريد الإلكتروني واستهدافها
- تحليل أداء البريد الإلكتروني وتحسين معدلات الفتح
- تحسين التحويلات: فهم رحلة العميل
- تقنيات لزيادة التحويلات على المواقع وتقليل معدل الارتداد
- اختبار B/A وقياس الأداء

اليوم الخامس: تحليلات التسويق الرقمي والتقارير

- فهم أهمية تحليلات التسويق الرقمي
- مقدمة في جوجل أناليتكس وأدوات التحليل الرئيسية الأخرى
- تتبع وتفسير مؤشرات الأداء الرئيسية sIPK
- إنشاء تقارير قابلة للتنفيذ للقرارات الإدارية
- استخدام البيانات لتحسين وتعديل استراتيجيات التسويق الرقمي



- دراسات حالة عملية ومناقشات جماعية

الخاتمة

من خلال إتمام دورة استراتيجيات التسويق الرقمي والتحليلات في مركز جينتيكس للتدريب، سيكتسب المشاركون فهماً شاملاً لكيفية تطوير وتنفيذ وقياس استراتيجيات التسويق الرقمي الفعالة. سيتمكن المشاركون من استخدام أدوات التحليل لاتخاذ قرارات تسويقية مستنيرة، مما يساهم في تحسين الحملات عبر منصات رقمية متعددة. سيتمكنهم هذا المعرفة من تحسين الأداء التسويقي لشركاتهم وضمان استمرار نجاحهم في عالم التسويق الرقمي المتغير.