دورة تطوير العلامة التجارية بالأسلوب الرشيق

AGILE LEADERS
Training Center

16 – 20 نوفمبر 2026

فيينا

AGILE LEADERS
Training Center

دورة تطوير العلامة التجارية بالأسلوب الرشيق

المرجع: 1003_264 **التاريخ:** 16 – 20 نوفمبر 2026 **المكان:** فيينا **الرسوم:** Euro 5700

نظرة عامة

اعتادت المؤسسات تجديد علاماتها التجارية مرة كل بضع سنوات عبر مشروع واحد تتولاه وكالة خارجية. أما دورة تطوير العلامة التجارية بالأسلوب الرشيق فتري فرق التسويق كيف تبني العلامة وتطورها عبر دورات قصيرة قابلة للاختبار. ينظم المشاركون أعمال العلامة في قائمة مهام Backlog، ويديرون دورات Sprint للعلامة مدة كل منها يومان، ويصممون نماذج أولية لعبارات التموضع والاتجاهات البصرية، ثم يختبرونها مع عملاء حقيقيين من خلال استطلاعات سريعة واختبارات A/B، ويعقدون مراجعات مع أصحاب المصلحة قبل التوسع فيما يثبت نجاحه. وتعمل فرق من أربعة أفراد على إطلاق منتج افتراضي، ويسير كل يوم على إيقاع دورة مصغرة من التخطيط والتنفيذ والاختبار مع العملاء والمراجعة. تقدم هذه الدورة بواسطة أجايل للتدريب.

الفئة المستهدفة

- مديرو العلامات التجارية وتسويق المنتجات المسؤولون عن التموضع والهوية
- قادة فرق التسويق الذين يتبنون الأسلوب الرشيق أو Scrum
- المديرون الإبداعيون وقادة التصميم الداخلي المسؤولون عن الهوية البصرية
- أخصائيو النمو والتسويق الرقمي الذين يديرون التجارب
- مؤسسو الشركات الناشئة الذين يبنون علامتهم الأولى

الإدارات والقطاعات المستهدفة

تناسب الدورة الفرق التي تحتاج علامتها إلى مواكبة منتجات وقنوات سريعة التغير.

- إدارات العلامة التجارية والتسويق وتسويق المنتجات
- الاستوديوهات الإبداعية وفرق التصميم وفرق النمو والتسويق الرقمي ورؤى العملاء
- التقنية الاستهلاكية والتطبيقات والتقنية المالية
- البيع المباشر للمستهلك والأغذية والمشروبات
- الإعلام والترفيه

أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- تطبيق أدوار Scrum وفعالياته، وممارسات Kanban في إظهار العمل بصريا وتحديد العمل الجاري وإدارة التدفق، على أعمال العلامة التجارية.
- بناء فرضيات العلامة وقصص المستخدم للتموضع والتسمية والهوية.
- استخدام دورة Sprint للعلامة لإنتاج عبارة تموضع ونمط أصلي للشخصية ونبرة صوت واضحة.
- بناء نماذج أولية سريعة للشعارات والعبارات الترويجية وصفحات الهبوط واختبارها مع العملاء.
- تقييم نتائج اختبارات A/B والاستطلاعات والرصد الاجتماعي لتحديد ما يستحق الإبقاء عليه.
- استخدام دليل علامة حي ومؤشرات صحة العلامة على مستوى كل دورة مع كل إصدار.

جدول الدورة

اليوم 1: الأسس الرشيقة لفرق العلامة التجارية

- لماذا يفشل تجديد العلامة بالأسلوب التتابعي وما الذي يغيره البناء التكراري
- أدوار Scrum وفعالياته ومخرجاته، وممارسات Kanban إظهار العمل بصريا وتحديد العمل الجاري WIP وإدارة التدفق في التسويق
- بناء قائمة مهام العلامة
- كتابة فرضيات العلامة وقصص المستخدم الخاصة بها
- تشكيل الفريق وتخطيط الدورة وتحديد هدفها الأول

اليوم 2: الدورة الأولى للعلامة: الغاية والتموضع

- مهام العملاء وآلامهم ومكاسبهم مدخلا للتموضع
- صياغة عبارات تموضع متنافسة
- اختيار النمط الأصلي للعلامة ونبرة صوتها
- اختبار خيارات التموضع بمقابلات سريعة مع العملاء
- مراجعة الدورة والجلسة الاستعادية

اليوم 3: الدورة الثانية للعلامة: نماذج الهوية الأولية

- تمارين سريعة للتسمية والعبارة الترويجية
- لوحات الإلهام واتجاهات أولية للشعار والألوان
- اختبارات الثواني الخمس لنماذج الهوية
- اختبارات التفضيل والمقابلات الميدانية السريعة مع العملاء
- مراجعة الدورة والجلسة الاستعادية

اليوم 4: الدورة الثالثة للعلامة: تجارب الإطلاق

- تصميم اختبارات A/B لصفحات الهبوط والإعلانات وعناوين الرسائل البريدية
- قراءة نتائج الاستطلاعات إلى جانب بيانات الاختبار
- الرصد الاجتماعي وتحليل الانطباعات بوصفهما حلقات للتغذية الراجعة
- قرار التوسع أو تغيير الاتجاه أو الإيقاف بناء على أدلة الاختبار
- مراجعة الدورة والجلسة الاستعادية

اليوم 5: توسيع العلامة الرشيقة وحوكمتها

- أدلة العلامة الحية وإدارة إصدارات أصول العلامة
- مؤشرات صحة العلامة لكل دورة ولكل ربع سنة
- حوكمة قرارات العلامة عبر الفرق والوكالات
- عروض الفرق لمخرجات دوراتها
- إعداد قائمة مهام العلامة في بيئة العمل

التمارين التطبيقية

تستخدم الأنشطة المقترحة التالية نماذج الدورة على إطلاق المنتج الافتراضي أو على علامة المشارك نفسه.

- نشاط مقترح: تعبئة نماذج قائمة مهام العلامة ولوحة الدورة ببطاقات الفرضيات وقصص المستخدم.
- نشاط مقترح: إكمال لوحة عبارة التموضع والنمط الأصلي واختبارها بنص اختبار عملاء سريع.
- نشاط مقترح: تخطيط اختبار A/B على ورقة التخطيط وتسجيل النتائج لتحديد ما يستحق الإبقاء عليه.
- نشاط مقترح: بدء ملف دليل علامة حي من مخرجات الدورات.

الأسئلة الشائعة

هل أحتاج إلى خبرة سابقة في الأسلوب الرشيق؟

لا. يقدم اليوم الأول Kanbang Scrum كما ينطبقان على أعمال العلامة، ثم تمارس بقية الأيام تطبيقهما في دورات عمل.

هل الدورة خاصة بقطاع معين؟

لا. تتناول الدورة طريقة تنظيم العمل على العلامة التجارية، لا الرسائل التسويقية لقطاع بعينه.

AGILE LEADERS
Training Center

من يؤدي دور مالك المنتج وأصحاب المصلحة؟

يؤدي المدربون دور مالك المنتج وأصحاب المصلحة خلال تخطيط الدورات ومراجعاتها، ويقدمون ملاحظاتهم في كل جلسة استعادية.

الخاتمة

يمارس المشاركون الفعاليات الرشيقة على مشكلات حقيقية تخص العلامة، ويختبرون أفكارهم مع العملاء أثناء الدورة نفسها، ويغادرون ومعهم عبارة تموضع ونماذج هوية أولية وتجارب إطلاق ونماذج دورات عمل يستطيع فريقهم استخدامها لتطوير العلامة التجارية بالأسلوب الرشيق بدءا من الأسبوع التالي.