

دورة استراتيجية وإدارة تسويق المحتوى المتقدمة

11 – 15 أكتوبر 2027

لندن

AGILE LEADERS
Training Center

دورة استراتيجية وإدارة تسويق المحتوى المتقدمة

المرجع: 90883_36093 **التاريخ:** 11 – 15 أكتوبر 2027 **المكان:** لندن **الرسوم:** Euro 5700

نظرة عامة

يتطلب النجاح في البيئات الرقمية التنافسية مواءمة الإنتاج الإبداعي مع الأهداف التجارية القابلة للقياس. تركز هذه الدورة على استراتيجية وإدارة تسويق المحتوى المتقدمة من خلال تمكين الفرق من تخطيط وإنتاج ونشر وتقييم المحتوى الرقمي الموجه. يتعرف المشاركون على نمذجة شخصية المشتري، وتحسين الظهور في محركات البحث، وآليات النشر عبر الوسائط المملوكة والمكتسبة، وتطبيق أطر التحليل لتتبع العائد على الاستثمار. تقدم هذه الدورة بواسطة أجايل للتدريب.

الفئة المستهدفة

- المتخصصون في التسويق الساعون إلى رفع تأثير الحملات عبر أطر محتوى منظمة.
- صناع المحتوى والكتاب الراغبون في الانتقال إلى أدوار التخطيط الاستراتيجي والحوكمة التحريرية.
- مديرو التسويق الرقمي المشرفون على نشر الحملات متعددة القنوات وجداول النشر.
- أصحاب الأعمال ورواد الأعمال الراغبون في توسيع نطاق الوصول التجاري عبر استقطاب العملاء بالمحتوى.
- أخصائيو الاتصال المؤسسي المسؤولون عن مواءمة السرد للعلامة التجارية عبر المنصات الرقمية.

الإدارات والقطاعات المستهدفة

يفيد هذا البرنامج فرق التسويق والاتصال المؤسسي والاستراتيجية الرقمية في القطاعات المعتمدة على تفاعل العملاء والريادة الفكرية.

- إدارات الترويج التجاري والتفاعل مع العلامة التجارية في قطاع التجارة الإلكترونية والتجزئة
- فرق تسويق المنتجات في قطاع التكنولوجيا والبرمجيات
- مجموعات تطوير الأعمال والاتصال بالعملاء في قطاع خدمات الشركات B2B
- وحدات استقطاب الجمهور وإدارة المحتوى في قطاع الإعلام والنشر

أهداف التعلم

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- صياغة استراتيجية محتوى قائمة على البيانات تتماشى مع الأهداف التجارية القابلة للقياس.
- إجراء تحليل الجمهور وتجزئته لإنتاج أصول محتوى مخصصة.
- تحسين المحتوى الرقمي لمحركات البحث لتعزيز الظهور العضوي.
- تنفيذ توزيع المحتوى متعدد القنوات عبر الشبكات المدفوعة والمملوكة والمكتسبة.
- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية لتطبيق قياس أداء المحتوى بدقة.
- دمج التنسيقات الحديثة بما في ذلك الوسائط التفاعلية وسير عمل الذكاء الاصطناعي.

جدول الدورة

اليوم 1: الأسس الاستراتيجية واستهداف الجمهور

- مبادئ استراتيجية وإدارة تسويق المحتوى المتقدمة في بيئات المؤسسات
- تنفيذ تحليل الجمهور وتجزئته بالاعتماد على البيانات الديموغرافية والسلوكية
- تطوير شخصيات المشتري ورسم نوايا الشراء عبر رحلة قرار العميل
- بناء استراتيجية محتوى قائمة على البيانات مرتبطة بأهداف النمو المؤسسي
- المقارنة المعيارية الاستراتيجية عبر تدقيق المحتوى التنافسي وتحليل الفجوات

اليوم 2: صناعة المحتوى وتحسين محركات البحث

- مسارات العمل المتقدمة لتوليد أفكار المحتوى وتطوير السرد الاستراتيجي
- اختيار التنسيقات المثلى للمحتوى النصي والمرئي والوسائط التفاعلية
- هيكلة استراتيجيات تحسين محركات البحث لبناء وصول عضوي مستدام
- تحديد إرشادات الجودة التحريرية وحوكمة نبرة صوت العلامة التجارية
- تقييم هياكل المحتوى عالية الأداء للحفاظ على تفاعل الجمهور وزيادة التحويل

اليوم 3: شبكات التوزيع وتكتيكات التعزيز

- تصميم نماذج توزيع المحتوى متعدد القنوات عبر المنصات المملوكة والمشتركة
- تكتيكات نشر المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز مشاركة المجتمع
- تصميم شراكات التسويق عبر المؤثرين والتسويق المشترك الاستراتيجي
- إعادة استخدام الأصول التحريرية الأساسية عبر نقاط الاتصال المتعددة
- تقييم كفاءة قنوات التوزيع والحد من احتكاك نقاط تواصل الجمهور

اليوم 4: قياس الأداء والتحسين المستمر

- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية عبر مراحل الوعي والتفاعل والتحويل
- تطبيق أطر قياس أداء المحتوى ولوحات تحليلات البيانات الرقمية
- نماذج الإسناد وتقييم العائد على الاستثمار في تسويق المحتوى
- تحويل تحليلات التفاعل إلى خطط تحسين تحريرية متكررة
- صياغة آليات إعداد التقارير للقيادة التنفيذية والفرق المشتركة

اليوم 5: التنسيقات الحديثة والحوكمة التشغيلية

- تقييم الاتجاهات الرقمية الحديثة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي
- دمج مقاطع الفيديو القصيرة وتنسيقات المحتوى التفاعلي في الحملات الحالية
- إدارة تدفقات عمل المحتوى بين الفرق المختلفة وتوزيع الموارد التحريرية
- بناء أنظمة تسويقية متكيفة تستجيب لتغير سلوكيات الجمهور
- تطوير خرائط طريق الحملات التسويقية عبر المراجعات التقييمية الجماعية

التمارين التطبيقية

يشارك المتدربون في ورش عمل تطبيقية تهدف إلى تحويل المفاهيم الاستراتيجية إلى أدوات تنفيذية.

- نشاط مقترح: إعداد مصفوفة لتجزئة الجمهور وتطوير ملف تعريف شخصية المشتري لقطاع مستهدف.
- نشاط مقترح: إجراء مراجعة لتحسين محركات البحث على أصل محتوى طويل قائم.
- نشاط مقترح: تصميم خطة سير عمل لتوزيع المحتوى متعدد القنوات تحدد توقيت النشر وتنسيقات الأصول.
- نشاط مقترح: بناء لوحة متابعة تنفيذية تدمج مقاييس قياس أداء المحتوى ومؤشرات الأداء للتحويلات.

الأسئلة الشائعة

كيف تختلف هذه الدورة عن دورات كتابة المحتوى الأساسية؟

يركز هذا البرنامج على الاستراتيجية المتقدمة والحوكمة وإدارة القنوات وتحليلات الأداء بدلا من تقنيات الصياغة التحريرية التأسيسية.

ما أدوات التحليلات والمقاييس التي يتم تقييمها في الجلسات؟

يستكشف المشاركون مقاييس التحويل، ومعدلات الوصول العضوي، ونسب التفاعل، ونماذج الإسناد لقياس التأثير التجاري بدقة.

AGILE LEADERS
Training Center

هل تتناول الدورة التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي؟

نعم، يغطي المنهج التطبيقات العملية للذكاء الاصطناعي في توليد الأفكار وتحسين سير العمل ونماذج الوسائط التفاعلية.

الخاتمة

ينهي المشاركون الدورة مزودين بأطر عمل تشغيلية لتصميم مبادرات المحتوى الاستراتيجي وإدارتها وتقييمها. يساهم إتقان استراتيجية المحتوى في تمكين الفرق من الانتقال من الإنتاج العشوائي إلى إدارة تسويقية قائمة على البيانات تحقق نتائج تجارية قابلة للقياس عبر التسويق الرقمي وتطوير آليات قياس الأداء المستمر.