

التحليل والتخطيط لنتائج التقارير للوصول للمستهدف التجاري

التاريخ	اسطنبول	٢٥ فبراير - ٢٩ فبراير ٢٠٢٤	رسوم (\$)	رسوم (\$)
سحل آنلن	٣٥٠٠			

أهداف البرنامج:

- التعريف بالمفاهيم الأساسية للمستهدف التجاري
- طرق جمع البيانات الميدانية والبحث عن المستهدف التجاري
- تدريب المشاركين على استخدام الأدوات التحليلية
- تمكين المشاركين من إعداد وتحليل نتائج التقارير بشكل علمي مناسب

محتويات البرنامج:

مفهوم المستهدف التجاري:

- التعريف والمفهوم
- كيفية قياس قوة المستهدف التجاري
- نقاط القوة والضعف للمستهدف التجاري
- الربط بين مفهوم المستهدف التجاري وقراءة نتائج التقرير
- أنواع البيانات ومصادرها، وطرق وأساليب جمعها

- **كيفية التخطيط بناءً على بيانات المستهدف التجاري**
- **التقديرات المحتملة واختبارات الفروض**
- **قياس جودة البيانات**
- **مهارات قياس جودة التقرير**
- **دراسة نتائج التقارير**
- **موضوع التقرير وارتباطه بالنتائج**

تخطيط البيانات:

تحليل نتائج التقارير:

الاستماراة الإحصائية وكيفية تحليل النتائج:

- تصميم أدوات جمع البيانات وخصائصها
- التعامل مع ملفات البيانات.
- استخلاص النتائج وتفسيرها وإعداد التقارير الخاصة بها
- مهارات تحليل البيانات

التحليل التسويقي:

- **مفهوم وأهمية وتحقيق التحليل التسويقي**
- **التقسيم الإستراتيجي كأداة لتحليل بقية**
- **نموذج تحليل سوات SWOT ونموذج BCG**
- **McKensey and ADL وصفوفة**

تحديد الفئة المستهدفة:

- **أبدأ بالإحصاءات السكانية**
- **محاولة معرفة عادات الشراء**
- **مكونات البيئة الداخلية**

- فكر في من قد يشتري هذا المنتج
- فكر في دوافع شراء منتجك

اختيار إستراتيجية التسويق:

- الإستراتيجية التسويقية
- إستراتيجية التجزئة
- دوافع اختيار إستراتيجية التسويقية

العناصر الأساسية في الخطة التسويقية:

- الملخص التنفيذي
- تحليل الموقف
- التحليل الرباعي SWOT
- الأهداف
- استراتيجيات التسويق
- برنامج العمل
- الميزانية
- تقييم النتائج
- التقرير النهائي

أساليب التدريب:

- المحاضرة القصيرة
- النقاش و الحوار
- العمل ضمن مجموعات
- التمارين الجماعية