

المقدمة:

تُعتبر الرعاية التجارية إحدى الوسائل المميزة لتوسيع القدرة التنافسية للشركات عبر تحسين صورتها العامة وزيادة مصداقيتها، وذلك من خلال دعم الأحداث التي تتناسب مع رؤيتها وتوجهاتها. في السنوات الأخيرة، أصبحت الرعاية التجارية واحدة من أسرع أساليب التسويق نموًا، ويُعزى جزء كبير من هذا النمو إلى تزايد اهتمام الشركات الصغيرة والمتوسطة بها. ففي الماضي، كانت الشركات الكبرى هي الوحيدة القادرة على تحمل تكاليف الرعاية، ولكن الآن أصبح بإمكان الشركات الصغيرة أيضًا رعاية العديد من الفعاليات، من الأحداث الرياضية إلى المعارض والمهرجانات، كوسيلة فعالة لتعزيز تواجدتها في المجتمع. تساعد الرعاية الشركات على تحسين صورتها بتكاليف نسبية منخفضة، كما توفر فرصًا لتطوير علاقات أقوى مع العملاء الحاليين والمحتملين، وعرض منتجات الشركة وخدماتها. الخبراء في هذا المجال يروجون لفوائد كبيرة جراء الرعاية التجارية، حيث تُعد استراتيجية جيدة التخطيط قادرة على تعزيز المبيعات على المدى القصير والطويل. وتُعتبر رعاية الأحداث أحد الأدوات التسويقية الفعالة لأنها تتيح الوصول إلى شريحة واسعة من الناس مثل صانعي القرار في الشركات، الجهات الحكومية، والعملاء، وهو ما يُعد مفيدًا بشكل خاص للشركات المشاركة في التجارة الدولية، حيث تتجاوز الرعاية التجارية الحواجز الثقافية واللغوية.

الفئات المستهدفة:

- موظفو أقسام التسويق والعلاقات العامة، والاتصالات التسويقية، والمبيعات.
- الأخصائيون في إدارة العمليات.
- مدراء التسويق في الشركات التجارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة عبر مختلف القطاعات.
- الأفراد الذين يرغبون في تطوير مهاراتهم وخبراتهم في مجال الرعاية التسويقية.

الأهداف التدريبية:

بنهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم مفهوم الرعاية التجارية.
- إدراك الفوائد والمميزات التي تقدمها الرعاية.
- التعرف على نظريات أصحاب الرأي في التسويق.
- فهم خصائص الرعاية التسويقية في المجتمع الرقمي.
- فهم كيفية إعداد وإدارة عقود الرعاية.

الكفاءات المستهدفة:

- فهم مفهوم الرعاية التجارية وأهميتها في التسويق.

- تعلم كيفية استخدام الرعاية التجارية كأداة تسويقية فعالة.
- التعرف على أهم التحديات التي تواجه التسويق من خلال الرعاية.
- تطبيق مفهوم التسويق المتكامل في إطار الرعاية.
- دراسة نظريات أصحاب الرأي وكيفية الاستفادة منها في الرعاية التسويقية.
- فهم تأثير الرعاية التسويقية في المجتمع الرقمي.
- تعلم كيفية التعامل مع رعاية المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

محتوى الدورة.

الوحدة الأولى: أنواع الرعاية

- مفهوم الرعاية التجارية وأهميتها.
- لماذا تُعتبر الرعاية أحد أنجح وسائل التسويق؟
- أنواع الرعاية وأهدافها.

الوحدة الثانية: الرعاية التجارية مفتاحك لتسويق ناجح

- مميزات الرعاية التجارية.
- التحديات السبعة الكبرى التي تواجه تسويق الرعاية.
- كيفية إعداد عقود الرعاية وإدارتها.

الوحدة الثالثة: التسويق المتكامل

- مفهوم التسويق المتكامل وأهدافه.
- دراسة نظريات أصحاب الرأي في التسويق.
- كيفية دمج التسويق المجتمعي مع استراتيجيات الرعاية.

الوحدة الرابعة: خصائص الرعاية التسويقية في المجتمع الرقمي

- أهمية الرعاية التسويقية في العصر الرقمي.

- الخصائص الفريدة للرعاية التسويقية في المجتمعات الرقمية.
- حالات عملية توضح تطبيق الرعاية التسويقية في البيئة الرقمية.

الوحدة الخامسة: المؤثرون في وسائل التواصل الاجتماعي

- دور المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق.
- كيفية استخدام رعاية المؤثرين لتعزيز العلامة التجارية.
- دراسة حالات عملية على رعاية المؤثرين في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.