

التخطيط والتحليل لنتائج التقارير للوصول للمستهدف التجاري

بتاريخ	الرسوم (\$)	سجل الآن
٠٣ مارس - ٠٧ مارس ٢٠٢٤	٣٥٠٠	كوالالهبور

أهداف البرنامج:

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

محتويات البرنامج:

مفهوم المستهدف التجاري:

- التعرف 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:

الاستهارة الإحصائية وكيفية تحليل النتائج:

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

التحليل التسويقي:

- مفهومي وأهمية وتحقيق التحليل التسويقي
- التفسير الإستراتيجي كأداة لتحليل بقبية
- نهوذج تحليل سوات SWOT ونهوذج BCG
- مصفوفة McKensey and ADL

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 الإستراتيجية 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

00201102843111 
info@minaretc.org 
www.minaretc.org 