

التخطيط والتحليل لنتائج التقارير للوصول للمستهدف التجاري

بتاريخ	الرسوم (\$)	سجل الآن
١٦ يونية - ٢٠ يونية ٢٠٢٤	٥٥٠٠	لندن- المهلكة المتحدة

أهداف البرنامج:

- التعرف بالمفاهيم الأساسية للمستهدف التجاري
- طرق جمع البيانات الميدانية والبحث عن المستهدف التجاري
- تدريب المشاركين على استخدام الأدوات التحليلية
- توكين 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 المستهلك 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:

- تصميم 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
- التقسيم الإستراتيجي كأداة لتحليل بقبية
- نموذج تحليل سوات SWOT ونموذج 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 خطة 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 الجهاعية

00201102843111 
info@minaretc.org 
www.minaretc.org 