

# التخطيط والتحليل لنتائج التقارير للوصول للمستهدف التجاري

الرسوم ( )

بتاريخ

سجل الآن

٣١ ديسمبر - ٣١ ديسمبر ١٩٦٩

## أهداف البرنامج:

- التعرف بالمفاهيم الأساسية للمستهدف التجاري
- طرق جمع البيانات الهيدانية 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:

- 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 المستهلكة:

- 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 