

## الخطيط والتحليل لنتائج التقارير للوصول للمستهدف التجاري



- التعريف بالمفاهيم الأساسية للمستهدف التجاري
- طرق جمع البيانات الميدانية والبحثة 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 ولغات البيانات.
- استخلاص النتائج وتفسيرها وإعداد التقارير الخاصة بها
- مهارات تحليل البيانات

### **التحليل التسويقي:**

- رفموم وأهمية وتحقيق التحليل التسويقي
- التقسيم الاستراتيجي كأداة لتحليل بقية
- نموذج تحليل سوات SWOT ونموذج BCG
- مصفوفة McKinsey 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 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