

بناء العلامة التجارية

الفئة المستهدفة

جميع الذين شاركوا في اتخاذ القرارات والإجراءات التي تؤثر في جودة العلامة التجارية. كما أنه لكل من لهم مصلحة مباشرة بالتسويق، المنتجات، ومديري العلامة التجارية والمشرفين. وعرض المفاهيم التي هي أيضا ذات أهمية رئيسية بالنسبة لأولئك الذين يضعون الاستراتيجية العامة والسياسات التنفيذية للشركة.

أهداف البرنامج

بحلول نهاية هذا البرنامج ، سيتمكن المشاركون من :

- كيف تتجج منظماتهم ، منتجاتهم وخدماتهم من خلال دراسة متأنية لمتطلبات العلامة التجارية.
- بناء التوافق الكامل ، والعلامة التجارية التي تركز على العملية.
- قياس العلامة التجارية للأسهم وتتبعها ومحاوله الزيادة منها.
- تجنب المخاطر والمآزق الناتجة من تجاهل قوانين العلامات التجارية.

محتويات البرنامج

التعاريف والمفاهيم

- هل للعلامة التجارية تسويق جديد؟
- تصميم العلامة التجارية.

العلامة التجارية للأسهم

- تعريف العلامة التجارية للأسهم.
- قياس قيمة العلامة التجارية.

بناء علامة تجاريه ناجحة

- اساسيات تحديد المواقع.
- المنتظر من العلامة التجارية والتخطيط المنظمي.
- القوه عن طريق البساطه.

العلامة التجارية والعملاء

- ولاء العملاء
- انواع (تقسيم) العملاء:الاساسين والاتباع
- رصد جودة العلامه التجاريه:البحث وجماعات التركيز.

تحديات تسويق العلامه التجاريه

- السيوله, الملائمه و الفوضى.

تصميم هويه العلامه لتجاريه

- هوية العلامة التجارية وشعارات الحملات التجارية.
- الإدراك
- الاسم والشعارالخ.

هذه الشهادة تتطلب حضور لا يقل عن 90 ٪ من مجموع المحاضرات.

المواد : باللغة الانجليزيه

المدة : 18 ساعة