

علم نفس التسويق لمنطقة الشرق الأوسط: بناء علاقات تجارية ناجحة مع الولايات المتحدة وأوروبا

اليوم الأول: مقدمة في علم نفس التسويق والتواصل الدولي

اليوم

1

1. مقدمة في أساسيات علم نفس التسويق

تعريف وأهداف علم نفس التسويق
العوامل النفسية التي تؤثر في قرارات الشراء
أهمية العواطف والثقة في التسويق الدولي

2. الاختلافات الثقافية في التواصل التسويقي

الاختلافات في الفهم وأسلوب التواصل بين الشرق الأوسط والولايات المتحدة وأوروبا
القيم والمعتقدات والتوقعات: ما الذي يحفز العملاء في الأسواق المختلفة؟
دور المكانة والسلطة: كيف يفهم الناس هذه العوامل في الولايات المتحدة وأوروبا والشرق الأوسط بشكل مختلف؟

3. تمرين ورشة عمل: تحليل دراسات الحالة

تحليل حملات تسويقية ناجحة وفاشلة
مناقشة وتحديد العوامل النفسية والاختلافات الثقافية

ختام اليوم:

ملخص قصير وتبادل الانطباعات الأولية.
مناقشة حول أي اختلافات بين الأسواق كانت معروفة بالفعل وأي منها كانت مفاجئة.

اليوم

2

1. علم نفس العلامة التجارية وبناء الثقة

ما هي العلامة التجارية وما هي العوامل النفسية التي تساهم في قيمتها؟
العوامل التي تعزز الثقة في العلامة التجارية
التوقعات المختلفة من ولاء العلامة التجارية والأصالة في الولايات المتحدة وأوروبا والشرق الأوسط

اليوم الثاني: علم نفس بناء العلامة التجارية وبناء الثقة مع العملاء

2. استراتيجيات تعزيز الولاء للعلامة التجارية وبناء الثقة مع العملاء

مبادئ التأكيد الاجتماعي و"تجنب الخسارة" (مبدأ FOMO) لبناء ولاء العملاء
التكيف الثقافي مع الشهادات، التسويق عبر المؤثرين، والتأكيد الاجتماعي
قوة تقنيات "السرد القصصي": كيف تجعل القصص العلامات التجارية أكثر إنسانية وقرباً

3. تمرين ورشة عمل: تطوير رسالة العلامة التجارية

تطوير رسالة علامة تجارية لمنتج أو خدمة معينة، موجهة للأسواق الأمريكية أو الأوروبية
تقديم ملاحظات واقتراحات لتحسين الرسالة من حيث الحساسية الثقافية والأثر النفسي

ختام اليوم:

جلسة أسئلة وأجوبة حول بناء العلامة التجارية والتكيف الثقافي. يتأمل المشاركون في كيفية تصميم رسائل علاماتهم التجارية لبناء الثقة في الأسواق الجديدة.

اليوم

3

1. علم نفس اتخاذ قرار الشراء

المبادئ مثل "الندرة"، "التأكيد الاجتماعي" و"السلطة" كعوامل نفسية تؤثر على قرارات الشراء
تأثير الألوان، التصميم، واللغة على الإدراك
عمليات اتخاذ القرار
تكييف استراتيجيات المبيعات مع أسواق ثقافية مختلفة

2. بناء علاقات طويلة الأمد

بناء الثقة والمحافظة على العلاقات التجارية في الشرق الأوسط والولايات المتحدة وأوروبا
آداب التواصل: ما هي السلوكيات التي تعزز الثقة والعلاقات طويلة الأمد؟
التفاعل باحترام وفهم التوقعات الثقافية في البيئات التجارية

3. تمرين ورشة عمل: تطوير استراتيجية تسويقية

تطوير استراتيجية تسويقية خاصة لمنتج أو خدمة، موجهة إلى الأسواق الأمريكية أو الأوروبية
جلسة ملاحظات: مناقشة وتحسين الاستراتيجيات مع الأخذ في الاعتبار العوامل الثقافية والنفسية

ختام اليوم وورشة العمل:

تلخيص ما تم تعلمه. يتأمل المشاركون في أهدافهم الرئيسية ويطورون خطوات تنفيذية لتطبيق الدروس المستفادة في عملهم المهني

ملخص ورشة العمل

في نهاية الورشة، ينبغي أن يكون المشاركون قادرين على:

فهم أساسيات علم نفس التسويق وتطبيقها في تواصلهم الدولي
إنشاء رسائل علامة تجارية تتناسب مع الاختلافات الثقافية
تطبيق استراتيجيات لتعزيز الولاء للعلامة التجارية واكتساب العملاء في أسواق الولايات المتحدة وأوروبا