

القمة.. الجانب التكنولوجي والتقني (Apex | The Technological Aspect)

هرم
DM
MINDSET
للتسويق الرقمي

المرحلة السابعة

التحليل واتخاذ القرار

(Analytics & Optimization)

(قراءة العدادات وتصحيح المسار)

تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية

(KPIs Definition)

المقاييس المالية الحاسمة

(Financial Metrics)

بروتوكول التشخيص وحل المشكلات

(Troubleshooting Protocol)

المرحلة السادسة

إدارة العلاقات والأتمتة

(CRM & Automation)

(الحفاظ على المكتسبات وتعظيم قيمة العميل)

نظام إدارة علاقات العملاء

(CRM Integration)

تصنيف وتأهيل العملاء

(Lead Scoring & Qualification)

أتمتة التسويق

(Marketing Automation Flows)

المرحلة الخامسة

الإعلانات المدفوعة وآلة الأداء

(Media Buying & Performance Marketing)

(شراء السرعة والنتائج بدقة)

هيكل الحساب الإعلاني

(Campaign Structure)

مراحل القمع الإعلاني

(The Ad Funnel: TOF / MOF / BOF)

استراتيجيات الاستهداف

(Targeting Strategies)

أنواع الحملات الأساسية

(Campaign Objectives)

المرحلة الرابعة

منظومة النشر والتوزيع

(Publishing & Distribution System)

(تحويل المحتوى من إبداع إلى عملية مستمرة)

تقويم المحتوى والجدولة

(Content Calendar & Scheduling)

تكييف المحتوى حسب المنصة

(Cross-Platform Adaptation)

إدارة الأصول الإبداعية

(Creative Asset Management)