CONCEPT

إدارة السمعة الإلكترونية ORM: التقييمات ونتائج البحث وإشارات العلامة التجارية

1 – 5 فبراير 2027

لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن



إدارة السمعة الإلكترونية ORM: التقييمات ونتائج البحث وإشارات العلامة التجارية

المرجع: 19956_792 **التاريخ:** 1 – 5 فبراير 2027 **المكان:** لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن **الرسوم:** SAR 23000

مقدمة:

يحكم المشترون والمرشحون للوظائف والشركاء اليوم على العلامة التجارية من متوسط تقييماتها والصفحة الأولى من نتائج البحث وما ينشره الناس عنها، وغالبا قبل أي تواصل مع المنشأة. ومع ذلك تبقى إدارة السمعة الإلكترونية في كثير من الفرق ردة فعل متأخرة: مراجعات بلا رد، واعتراضات على تقييمات مزيفة دون أدلة، ونتائج بحث متروكة للصدفة. تمنح هذه الدورة من كور كونسبت فرق التسويق والتسويق الرقمي وتجربة العملاء إجراءات الرصد ومسارات التعامل مع المراجعات وأساليب المحتوى المملوك والضوابط الأخلاقية لإدارة السمعة يوميا. ويبني المشاركون دليل تشغيل ORM ولوحة مؤشرات للسمعة لعلامة تجارية في دراسة حالة.

أهداف الدورة:

- تدقيق ملفات المراجعات ونتائج البحث عن اسم العلامة والإشارات في وسائل التواصل لتحديد خط أساس السمعة الإلكترونية
- إعداد استعلامات الاستماع الاجتماعي وتنبيهات المراجعات ووسوم المشاعر التي توجه كل إشارة إلى المسؤول المناسب
- تطبيق إرشادات الرد على المراجعات والإبلاغ عن المراجعات المزيفة أو المخالفة لسياسات المنصات عبر قنوات الاعتراض مع أدلة داعمة
- تصميم برنامج لطلب المراجعات ومناصرة العملاء يتوافق مع قواعد المنصات ومبادئ الإفصاح عن التأييد
- تحسين نتائج البحث عن اسم العلامة بمحتوى مملوك ومكتسب وملفات تعريفية مشروعة، بما في ذلك مواقع تقييم أصحاب العمل
- إعداد دليل تشغيل ORM ولوحة مؤشرات للسمعة بمؤشرات أداء وحدود تصعيد ومسؤولين محددين

الفئة المستهدفة:

- مختصو التسويق الرقمي الذين يديرون ملفات العلامة في محركات البحث والخرائط والمتاجر الإلكترونية ومنصات المراجعات
- فرق العلامة التجارية وإدارة المجتمعات الرقمية التي تتابع الإشارات والمشاعر عبر القنوات الاجتماعية والمنتديات
- مختصو تحسين محركات البحث والمحتوى الذين يؤثرون فيما يظهر في الصفحة الأولى لنتائج البحث عن العلامة
- فرق تجربة العملاء التي تحلل التقييمات والملاحظات وتحيل المشكلات إلى العمليات
- فرق علامة صاحب العمل واستقطاب المواهب التي تتابع تقييمات المنشأة على مواقع الوظائف ومراجعات الموظفين

محاور الدورة:

اليوم 1: كيف تتشكل السمعة الإلكترونية وخط الأساس للعلامة

- نقاط تماس السمعة الإلكترونية: متوسط التقييم والبحث باسم العلامة وقوائم الخرائط والإشارات الاجتماعية
- خريطة رحلة العميل لمواضع قراءة المراجعات قبل الشراء
- نموذج المحتوى المملوك والمكتسب والمشارك والمدفوع في بناء السمعة
- تدقيق نتائج البحث باسم العلامة: ورقة تقييم مشاعر الصفحة الأولى
- جرد ملفات المراجعات في المتاجر الإلكترونية والخرائط والأدلة القطاعية

اليوم 2: أنظمة الرصد واستعلامات الاستماع وقواعد المنصات

- بناء استعلامات الاستماع الاجتماعي: أسماء العلامة والأخطاء الإملائية والمنتجات والقياديون
- خلاصات تجميع المراجعات وقواعد التنبيه الفوري
- تصنيف وسوم المشاعر وتجميع الإشارات حسب الموضوع
- سياسات المحتوى في منصات المراجعات: المحتوى المحظور وتعارض المصالح والإبلاغ
- مصفوفة فرز الإشارات: المسؤول والأولوية ومهلة الرد

اليوم 3: مسارات المراجعات وبرامج المناصرة والظهور في البحث

- إرشادات الرد على المراجعات: قوالب للمراجعات الإيجابية والمختلطة والناقدة
- ملف أدلة المراجعات المزيفة أو غير المنصفة وتقديم الاعتراض للمنصة
- إيقاع طلب المراجعات: البريد الإلكتروني بعد الشراء والرسائل النصية ورموز QR دون انتقاء المراجعين
- برنامج مناصرة العملاء: مسار الإحالات والشهادات وقصص النجاح
- خطة محتوى البحث باسم العلامة: الملفات التعريفية ولوحات المعرفة وصفحات الأسئلة الشائعة والمواد الصحفية

اليوم 4: تقييمات صاحب العمل والأزمات الرقمية وأخلاقيات ORM

- إدارة مواقع تقييم أصحاب العمل: ملف المنشأة وملاحظات المرشحين وآداب الرد
- سلم تصعيد الأزمات الرقمية: الهجمات المنسقة بالتقييمات والمنشورات المنتشرة والمعلومات المضللة
- البيان المبدئي ومسار تنبيه أصحاب المصلحة في الحوادث الرقمية
- قائمة فحص أخلاقيات ORM: الحملات المصطنعة والحسابات الوهمية والمراجعات المحفزة والإفصاح
- طلبات الإزالة القانونية مقابل بلاغات المنصات: مسارات التشهير والخصوصية وحقوق النشر

اليوم 5: دراسة حالة: دليل تشغيل ORM ولوحة مؤشرات السمعة

- مراجعة حزمة أدلة العلامة في الحالة: التقييمات وصفحة البحث وسجل الإشارات
- مجموعة مؤشرات السمعة: متوسط التقييم ووتيرة المراجعات ونسبة الرد وصافي المشاعر
- بناء لوحة مؤشرات السمعة مع حصة الصوت واتجاه مشاعر نتائج البحث
- صياغة دليل تشغيل ORM: الأدوار ومهل الرد وحدود التصعيد
- لجنة مراجعة الأقران والدفاع عن دليل التشغيل

المهارات التي ستكتسبها:

- تدقيق خط أساس السمعة
- إعداد الاستماع الاجتماعي
- كتابة الردود على المراجعات
- معالجة اعتراضات المراجعات المزيفة
- طلب المراجعات بأسلوب أخلاقي
- إدارة نتائج البحث باسم العلامة
- إدارة تقييمات صاحب العمل
- إعداد تقارير مؤشرات السمعة

لماذا تحضر هذه الدورة:

- العودة بدليل تشغيل ORM ولوحة مؤشرات للسمعة مبنيين على بيانات علامة في دراسة حالة ومختبرين من الأقران
- معرفة المراجعة السلبية التي يرد عليها وتلك التي يبلغ عنها وتلك التي تصعد، وطريقة توثيق كل قرار
- اكتشاف ممارسات المراجعات التي تخالف قواعد المنصات أو مبادئ الإفصاح قبل أن تضر بالعلامة
- مقارنة إعدادات الرصد وإجراءات المراجعات مع زملاء من قطاعات التجزئة والضيافة والرعاية الصحية والتقنية والخدمات العامة

الخاتمة:

تبنى السمعة الإلكترونية للعلامة تقييما بعد تقييم ونتيجة بحث بعد أخرى، وتكافئ الفرق التي ترصد وترد وتنشر بانضباط. تبدأ الدورة بتدقيق خط الأساس الحالي، ثم تنتقل إلى استعلامات الاستماع وقواعد المنصات، ومنها إلى مسارات المراجعات وبرامج المناصرة ومحتوى البحث باسم العلامة، وصولا إلى تقييمات صاحب العمل وتصعيد الأزمات الرقمية والأخلاقيات. ويحول اليوم الأخير ذلك إلى دليل تشغيل ORM ولوحة مؤشرات للسمعة تكيفها الفرق لعلامتها.