CONCEPT

تسويق النمو والتسويق الفيروسي: حلقات الإحالة ومعامل الانتشار K-Factor والتجارب التسويقية السريعة

2 – 6 أغسطس 2027

لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن



تسويق النمو والتسويق الفيروسي: حلقات الإحالة ومعامل الانتشار K-Factor والتجارب التسويقية السريعة

المرجع: 926_21431 **التاريخ:** 2 – 6 أغسطس 2027 **المكان:** لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن **الرسوم:** SAR 23000

مقدمة:

يقوم تسويق النمو والتسويق الفيروسي على منظومة متكررة من التجارب الصغيرة بدلا من الحملات المنفردة، لكن فرقا كثيرة ما زالت تشتري الوصول وترى المسجلين يتسربون بعد الزيارة الأولى، وتطلق برامج إحالة لا يشاركها أحد. ويعامل الانتشار الفيروسي كأنه ضربة حظ لا آليات يمكن تصميمها وقياسها. تعرض هذه الدورة من كور كونسبت على فرق التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي وتسويق المنتجات كيف ترسم قمع القراصنة وتبني حلقات النمو وتصنع محتوى قابلا للمشاركة وترفع معامل الانتشار وتدير إيقاعا منضبطا للاختبارات. ويعد المشاركون قائمة تجارب النمو وتصميم حلقة الإحالة لعلامة تجارية محل دراسة.

أهداف الدورة:

- تشخيص مواضع فقدان المستخدمين عبر مراحل الاستقطاب والتفعيل والاحتفاظ والإحالة والإيراد، واختيار المرحلة الأجدر بالمعالجة أولا
- تحديد مقياس نجم الشمال وإعادة تصميم القمع الخطي في صورة حلقات نمو تغذي نفسها
- حساب معامل الانتشار K-Factor ومدة دورة الانتشار، وتصميم برنامج إحالة مزدوج المكافأة مع ضوابط لمنع الاحتيال
- صناعة محتوى قابل للمشاركة ومحفزات للتسويق الشفهي ومحتوى ينشئه المستخدمون ينتشر دون إعلان مدفوع
- إدارة إيقاع أسبوعي للتجارب بفرضيات مرتبة وفق نموذج ICE واختبارات سريعة لصفحات الهبوط والرسائل
- حماية الاحتفاظ بالعملاء وثقتهم بالعلامة عبر تتبع الأفواج وسلاسل إعادة التفاعل ومراجعة خالية من الأنماط المضللة

الفئة المستهدفة:

- قادة التسويق الرقمي المسؤولون عن أهداف استقطاب العملاء وميزانيات اختبار القنوات
- مديرو وسائل التواصل الاجتماعي المسؤولون عن الوصول العضوي والمشاركة وتفاعل المجتمع
- مديرو تسويق المنتجات المسؤولون عن رسائل الإطلاق والتفعيل وتبني الميزات
- قادة دورة حياة العميل وإدارة علاقات العملاء المسؤولون عن برامج الاحتفاظ واستعادة العملاء
- مديرو تسويق التجارة الإلكترونية وخدمات الاشتراك الذين يديرون برامج الإحالة والولاء والعروض الترويجية

محاور الدورة:

اليوم 1: أسس تسويق النمو وقمع القراصنة

- تسويق النمو مقابل تسويق الحملات التقليدي: بنية الفريق وإيقاع العمل
- قمع القراصنة AARRR: مراحل الاستقطاب والتفعيل والاحتفاظ والإحالة والإيراد
- إشارات ملاءمة المنتج للسوق واستبيان المنتج الذي لا غنى عنه قبل التوسع
- تدقيق الدلو المثقوب: لقطة التحويل والتسرب مرحلة بمرحلة
- خارطة فرص النمو للعلامات الاستهلاكية وخدمات الاشتراك وقطاع الأعمال B2B

اليوم 2: حلقات النمو ومقياس نجم الشمال وآليات الانتشار الفيروسي

- اختيار مقياس نجم الشمال North Star Metric وروافع المقاييس المغذية له
- حلقات النمو مقابل القمع: الحلقات الفيروسية وحلقات المحتوى والإعلان المدفوع والمبيعات
- معامل الانتشار K-Factor: معدل الدعوات ومعدل التحويل ومدة دورة الانتشار
- وسائل الانتشار الفيروسي: التناقل المباشر والانتشار بالحوافز وركوب الموجات الرائجة
- خبراء السوق والمحاور الاجتماعية وآثار الشبكة في خطط البذر الأولي

اليوم 3: برامج الإحالة والمحتوى القابل للمشاركة والنمو المدفوع بالمجتمع

- هندسة برامج الإحالة: هياكل المكافأة الأحادية والمزدوجة
- اختيار حافز الإحالة: مكافأة المحيل أو المدعو أو الطرفين أو التبرع
- قائمة STEPPS لقابلية المشاركة: العملة الاجتماعية والمحفزات والعاطفة والظهور العلني والقيمة العملية والقصص
- حملات المحتوى الذي ينشئه المستخدمون: تحديات الوسوم والمراجعات وعروض تجارب العملاء
- النمو المدفوع بالمجتمع: دوائر السفراء ومنتديات الأعضاء وتكريم المناصرين

اليوم 4: إيقاع التجارب والاحتفاظ بالعملاء وأخلاقيات النمو

- إيقاع اجتماع النمو الأسبوعي وقالب بطاقة الفرضية
- نموذج ICE لترتيب أفكار الاختبار حسب الأثر والثقة والسهولة
- اختبارات A/B السريعة لصفحات الهبوط والرسائل: العناوين والعروض ودعوات الإجراء
- منحنيات احتفاظ الأفواج وسلاسل إعادة التفاعل وعروض استعادة العملاء
- إشارات الخطر في الأنماط المضللة: الاستعجال المصطنع والإحراج المقصود وفخ صعوبة الإلغاء ورسائل الإحالة المزعجة

اليوم 5: دراسة حالة: قائمة تجارب النمو وتصميم حلقة الإحالة

- موجز العلامة محل الدراسة: تباطؤ التسجيل وضعف المشاركة في تطبيق اشتراك
- تشخيص قمع القراصنة واختيار مقياس نجم الشمال للعلامة محل الدراسة
- مخطط حلقة الإحالة بأهداف معامل الانتشار وضوابط منع إساءة الاستخدام
- بناء قائمة تجارب النمو بدرجات ICE وتقويم اختبارات لستة أسابيع
- عرض القائمة والحلقة أمام لجنة مراجعة النمو مع مناقشة المشاركين

المهارات التي ستكتسبها:

- تشخيص قمع القراصنة
- تصميم حلقات النمو
- نمذجة معامل الانتشار
- هيكلة حوافز الإحالة
- هندسة المحتوى القابل للمشاركة
- ترتيب أولويات التجارب
- قراءة احتفاظ الأفواج
- المراجعة الأخلاقية للنمو

لماذا تحضر هذه الدورة:

- العودة بقائمة تجارب النمو وتصميم حلقة الإحالة مبنيين على علامة محل دراسة وقابلين للتكييف مع علامتك
- التوقف عن التخمين في اختيار الفكرة التي تمول بترتيب كل اختبار حسب الأثر والثقة والسهولة
- تحويل العملاء الحاليين إلى قناة استقطاب عبر مكافآت إحالة يرغبون فعلا في مشاركتها
- مقارنة ممارسات النمو مع مسوقين من علامات التجزئة وخدمات الاشتراك والتقنية والخدمات

الخاتمة:

يأتي النمو المستدام من حلقات تغذي نفسها، وعملاء يرغبون في المشاركة، وفريق يختبر كل أسبوع بدلا من التخمين. تنتقل الدورة من أسس تسويق النمو وقمع القراصنة، مرورا بمقياس نجم الشمال وحلقات النمو وآليات الانتشار الفيروسي، إلى برامج الإحالة والمحتوى القابل للمشاركة والنمو المدفوع بالمجتمع، ثم إيقاع التجارب واحتفاظ الأفواج ومخاطر الأنماط المضللة. ويطبق اليوم الأخير المنهجية على علامة محل دراسة، ويخرج بقائمة تجارب النمو وتصميم حلقة الإحالة جاهزين للمراجعة.