CONCEPT

تسويق المحتوى وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي باللغتين العربية والإنجليزية

7 – 11 يونيو 2027

أمستردام - فندق حي الأعمال زوداس



تسويق المحتوى وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي باللغتين العربية والإنجليزية

المرجع: 1222_7047 **التاريخ:** 7 – 11 يونيو 2027 **المكان:** أمستردام - فندق حي الأعمال زوداس **الرسوم:** SAR 23500

العمق التقني: ممارس · **أسلوب التطبيق:** مختبر تطبيقي

مقدمة

تنشر مؤسسات كثيرة محتواها بالعربية والإنجليزية، لكنها تتعامل مع إحدى اللغتين بوصفها ترجمة للأخرى، فيخرج المحتوى بصياغة متكلفة، ويغفل ما يبحث عنه الجمهور، ولا يحقق التفاعل المطلوب في أي من اللغتين. تمنح هذه الدورة من كور كونسبت فرق المحتوى ووسائل التواصل الاجتماعي نماذج التخطيط وأساليب الكتابة وأدوات المنصات اللازمة لإنتاج محتوى ثنائي اللغة يبدو أصيلا في كل لغة. ويعمل المشاركون عمليا على أدوات الجدولة والتصميم والتحليلات، بأمثلة من قطاعات متعددة، ويخرجون بخطة محتوى ثنائية اللغة لمدة 90 يوما وتقويم نشر لقنواتهم.

أهداف الدورة

- تدقيق حسابات التواصل الاجتماعي الحالية ومقارنتها بالمنافسين باستخدام بيانات حصة الحضور والتفاعل
- تخطيط المحتوى بنماذج معروفة، ومنها نموذج PESO ونموذج Hero-Hub-Help، وربطه بشخصيات الجمهور وأهداف العمل
- كتابة المنشورات والتعليقات المصاحبة ونصوص الفيديو القصير وتكييفها بالعربية والإنجليزية بهوية صوتية موحدة للعلامة
- اختيار العربية الفصحى أو اللهجة المحلية أو الإنجليزية بما يناسب كل جمهور ومنصة ورسالة
- نشر المحتوى والإشراف عليه وقياس أدائه باستخدام Meta Business Suite وأدوات التحليلات في المنصات
- إعداد خطة محتوى ثنائية اللغة لمدة 90 يوما وتقويم نشر جاهزين لاعتماد المدير

الفئة المستهدفة

- موظفو التسويق والاتصال الذين ينتجون المحتوى وينشرونه على قنوات المؤسسة
- موظفو إدارة وسائل التواصل الاجتماعي والمجتمعات الرقمية المسؤولون عن النشر اليومي والإشراف والردود
- موظفو الاتصال المؤسسي الذين يعدون الإعلانات والحملات بلغتين
- كتاب المحتوى والمترجمون المنتقلون إلى أعمال التسويق ووسائل التواصل الاجتماعي
- الموظفون في المنشآت الصغيرة والمتوسطة الذين يديرون قنوات التسويق إلى جانب مهام أخرى

محاور الدورة

اليوم الأول: أسس تسويق المحتوى ووسائل التواصل الاجتماعي

- خريطة تسويق المحتوى وفق نموذج PESO: الإعلام المدفوع والمكتسب والمشترك والمملوك
- خصائص جمهور المنصات: Instagram TikTokg LinkedIng YouTubeg Xg Snapchatg
- شخصيات الجمهور ثنائي اللغة وتحديد تفضيلاته اللغوية
- نموذج تدقيق المحتوى للقنوات الحالية
- المقارنة المعيارية مع المنافسين على وسائل التواصل بمؤشرات حصة الحضور

اليوم الثاني: أطر استراتيجية المحتوى ومعايير المحتوى ثنائي اللغة

- استراتيجية محتوى موثقة وفق منهج Content Marketing Institute
- نموذج Hero-Hub-Help لتخطيط المحتوى
- دليل الهوية الصوتية ونبرة العلامة بالعربية والإنجليزية
- العربية الفصحى مقابل اللهجة المحلية: مصفوفة اختيار المستوى اللغوي
- موجز إعادة الصياغة الإبداعية Transcreation مقابل موجز الترجمة

اليوم الثالث: إنتاج المحتوى ونشره

- معادلات الكتابة الإعلانية: AIDA Problem-Agitate-Solveg باللغتين
- التصميم البصري من اليمين إلى اليسار بقوالب Canva
- كتابة نصوص الفيديو القصير ولوحات القصة لمقاطع TikTokg Reels
- البحث عن الكلمات المفتاحية بالعربية والإنجليزية باستخدام Search Consoleg Google Trends
- جدولة المحتوى ونشره عبر Meta Business Suite

اليوم الرابع: المخاطر والإفصاح وتحسين الأداء

- الإفصاح عن المحتوى الممول ومحتوى المؤثرين وفق مدونة ICC للإعلان والاتصالات التسويقية
- المحتوى الرقمي الميسر: النص البديل للصور والترجمة النصية للفيديو وفق WCAG 2.2
- مصفوفة الردود في إدارة المجتمعات الرقمية ومسارات التصعيد
- سيناريوهات الأزمات على وسائل التواصل: أخطاء الترجمة والزلات الثقافية
- تحليل الوصول والتفاعل والتحويل في أدوات التحليلات المدمجة بالمنصات

اليوم الخامس: التطبيق العملي وخطة المحتوى ثنائية اللغة

- حالة علامة ضيافة: حملة إطلاق بالعربية والإنجليزية
- حالة توعية بخدمة عامة: تكييف رسالة واحدة لجمهورين
- بناء محاور المحتوى وتقويم النشر في أداة تخطيط مشتركة
- إعداد مسودة خطة المحتوى ثنائية اللغة لمدة 90 يوما
- مراجعة الزملاء لنماذج المنشورات وفق دليل الهوية الصوتية

المهارات المكتسبة

- الكتابة الإعلانية باللغتين
- إعادة الصياغة الإبداعية
- تخطيط تقويم النشر
- كتابة نصوص الفيديو القصير
- إدارة المجتمعات الرقمية
- تحليلات وسائل التواصل الاجتماعي
- تحسين الظهور في البحث العربي
- تصميم المحتوى البصري

لماذا تحضر هذه الدورة

- تعود إلى عملك بخطة محتوى ثنائية اللغة لمدة 90 يوما وتقويم نشر مبنيين على قنواتك
- تكتب كل رسالة بالمستوى اللغوي المناسب لجمهورها بدلا من ترجمتها حرفيا
- تتعامل مع التعليقات والشكاوى والموضوعات الحساسة باللغتين وفق مصفوفة ردود واضحة
- تحمل معك نماذج منشورات ونصوصا وقوالب راجعها زملاء من قطاعات أخرى

الخاتمة

ينجح المحتوى ثنائي اللغة حين تخطط كل لغة وتكتب لجمهورها الخاص، لا حين تترجم بعد الانتهاء من الأخرى. تنتقل هذه الدورة من تدقيق القنوات وفهم المنصات، مرورا بنماذج استراتيجية المحتوى واختيار المستوى اللغوي، وصولا إلى كتابة المحتوى وتصميمه ونشره وقياس أدائه باللغتين. ويحول اليوم الأخير هذه الممارسة إلى خطة محتوى ثنائية اللغة لمدة 90 يوما وتقويم نشر يعود بهما المشاركون إلى فرقهم، فيمتلكون روتين عمل واضحا للأشهر القادمة من النشر.