



**ewms**  
**IDEAS FOR**  
**CRITICAL**  
**TIMES**

**A BIG BANG**  
**BY KOTLER**  
**& PARTNERS**

## القمة العالمية الافتراضية للتسويق

من 6 إلى 7  
نوفمبر 2020

تحت عنوان:

"ريادة الأعمال والاستدامة خلال الأزمات"

*electronic*  
**WORLD MARKETING  
SUMMIT**

e W W W W W S

**WORLD**  
**M**ARKETING  
SUMMIT  
Better world through marketing

**eWMS**  
**MENA**

eWMS

في مثل هذه الظروف الحرجة التي نعيشها اليوم نحتاج جميعنا إلى التفكير بشكل أفضل لخلق أفكار جديدة ومبتكرة مع قيادة ملهمة للمضي قدماً نحو مستقبل أفضل؛ لذا ينبغي على الرؤساء التنفيذيون وكبار مسؤولي التسويق ومسؤولي إدارة الموارد البشرية والمهتمين ومختصي التسويق بكل أشكاله، أن يضعوا في عين الاعتبار كافة السيناريوهات والتوقعات المحتملة؛ ففي أوقات الأزمات دائماً يؤدي الابتكار والتسويق دوراً كبيراً في كسب ثقة المستهلك.

### البروفيسور فيليب كوتلر

مؤسس علم التسويق الحديث  
مؤسس القمة العالمية للتسويق



بمشاركة نخبة من الخبراء والعلماء في قطاع الأعمال حول العالم، تم إعداد القمة العالمية للتسويق هذا العام بنسختها الافتراضية لتساهم في وضع خارطة الطريق لمستقبل الأعمال الواعد في ظل الظروف العالمية بسبب جائحة فايروس كورونا المستجد "كوفيد-19"؛ لذلك فإن تلك القمة تعتبر فرصة واعدة لقيادة الأعمال والمسؤولين والمحترفين ورواد الأعمال وكذلك الطلاب والباحثين، لبناء مستقبل أعمال أفضل وأكثر كفاءة.

د. عبدالرحي مقداد

رئيس مجموعة ميجا

الشريك الاستراتيجي بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

# لمحة عامة

- القمة العالمية للتسويق "eWMS" هي منظمة عالمية مستقلة، يقع مقرها في مدينة تورنتو بكندا، أسسها عالم الإدارة ومؤسس علم التسويق الحديث البروفيسور فيليب كوتلر منذ العام 2010، لتجمع قادة الأعمال وخبراء وعلماء الإدارة والتسويق بهدف "بناء عالم أفضل من خلال التسويق"، وذلك بتطوير استراتيجيات التسويق من أجل تحسين السلوك البشري بما ينعكس ايجاباً على المجتمعات واستدامة الموارد.
- ينظم البروفيسور فيليب كوتلر وشركاؤه فعاليات القمة العالمية للتسويق بشكل دوري منذ العام 2010، كأضخم حدث عالمي يناقش موضوعات الأعمال والتسويق، وتجمع هذه القمة سنوياً أميز القادة والمسؤولين والخبراء والمفكرين من جميع أنحاء العالم لتبادل الأفكار الجديدة وتسليط الضوء على القضايا الأكثر أهمية والتي تؤثر بشكل مباشر على الاقتصاد والأعمال والمجتمع بما في ذلك البيئة والصحة.
- أصبح قادة الأعمال والمسؤولين اليوم أكثر شغفاً بالاطلاع على أحدث المستجدات والأفكار الجديدة المتعلقة بالتسويق وتطوير الأعمال، لذلك فإن القمة العالمية للتسويق بهذه النسخة الافتراضية "eWMS" تساهم في تقديم حلول متكاملة ومباشرة حول تلبية تطلعات قطاع الأعمال في مواجهة التحديات ومعالجة الآثار العالمية نتيجة الظروف الحالية المعقدة؛ وذلك عبر مشاركة المعرفة وتدريب وتحفيز جميع المهتمين حول العالم.

# تنطلق فعاليات القمة بنسختها الحالية بهدف الوصول لعالم أفضل وأكثر ربحية واستدامة خلال أوقات الأزمات

## القمة العالمية الافتراضية للتسويق "eWMS"

بالوقت الحالي وبسبب ظروف جائحة فيروس كورونا المستجد "كوفيد - 19" فإنه يتحتم علينا جميعاً أن نصنع الفرص ونعيد تخيل مستقبلنا المشرق المستدام الذي لطالما طمحنا للوصول اليه؛ وهذا ما يثير العديد من التساؤلات المهمة حول ماهية الفكر الذي يجب أن نتبناه؟ وما الذي نحتاج فعله؟ وما هي الاستراتيجيات والتوجهات المناسبة التي تلائم شركاتنا وأعمالنا لتجاوز تلك الظروف الحرجة؟! كل ذلك يبرر انعقاد هذا الحدث المهم للغاية للاطلاع على كافة المقترحات والحلول الملائمة والمناسبة وتبادل الأفكار المبتكرة للإجابة على كل هذه التساؤلات.

فبعد النجاح الكبير للقمة العالمية للتسويق خلال العشر سنوات الماضية، تنعقد هذا العام بنسختها الافتراضية لمدة 48 ساعة متواصلة خلال يومي 6 و7 نوفمبر الجاري، بمشاركة أكثر من مائة متحدث من القادة والخبراء العالميين في مجال التسويق والإدارة بقيادة عراب التسويق البروفيسور فيليب كوتلر، وذلك لطرح الأفكار والحلول الاستراتيجية لمواجهة التحديات العالمية التي يواجهها قطاع الأعمال في ظل الأزمات الحالية.

وسيتم بث القمة بأكثر من أربعون دولة وبحضور ومشاركة مئات الآلاف حول العالم من المسؤولين والمدراء والمهنيين والخبراء ورجال الأعمال وكذلك الأكاديميين والطلاب من كافة قطاعات المجتمع.



# أهداف القمة:

- إبراز الدور الاستراتيجي للتسويق في ابتكار الحلول الفاعلة والمستدامة لإعادة تخطيط المستقبل وضمان تحقيق الاستدامة من أجل الأجيال القادمة.
- تعزيز التواصل بين القادة والمسؤولين العالميين لتبادل الخبرات لمواجهة التحديات العالمية لقطاع الأعمال بسبب الأزمات الحالية.
- دعم وتحفيز القدرات حول تطوير استراتيجيات التسويق واتخاذ القرارات المناسبة لتطوير الأعمال في ظل الظروف العادية وبأوقات الأزمات.



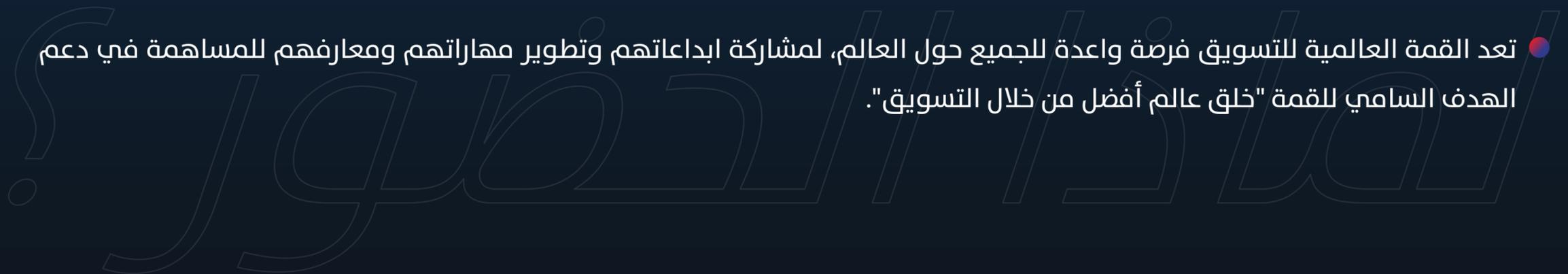
## لماذا الحضور؟

- تكتسب القمة العالمية للتسويق قيمتها المضافة من واقع أهمية المواضيع التي تطرحها خلال نسختها الافتراضية القادمة، والتي ستعقد تحت عنوان "ريادة الأعمال والاستدامة خلال الأزمات"؛ لذا، فإن هذه القمة قد تمثل فرصة استثنائية مناسبة للجميع للانضمام إلى هذا الركب ومشاركة مجتمعات الأعمال والتسويق من جميع القطاعات لتبادل الأفكار وإعادة تصور المستقبل المستدام.



- يضم هذا الحدث العالمي المهم للغاية أكثر من مائة متحدث والعديد من المنشآت والشركات متعددة الجنسيات والعلامات التجارية العالمية بقيادة عالم التسويق فيليب كوتلر؛ وذلك لمشاركة خبراتهم وأفكارهم الملهمة حول إدارة الصدمات الحالية بسبب تأثير فايروس كورونا المستجد "كوفيد-19"، فهؤلاء النخبة من الخبراء بلا شك قادرين على مخاطبة أُمير وأنجح العقول حول العالم.

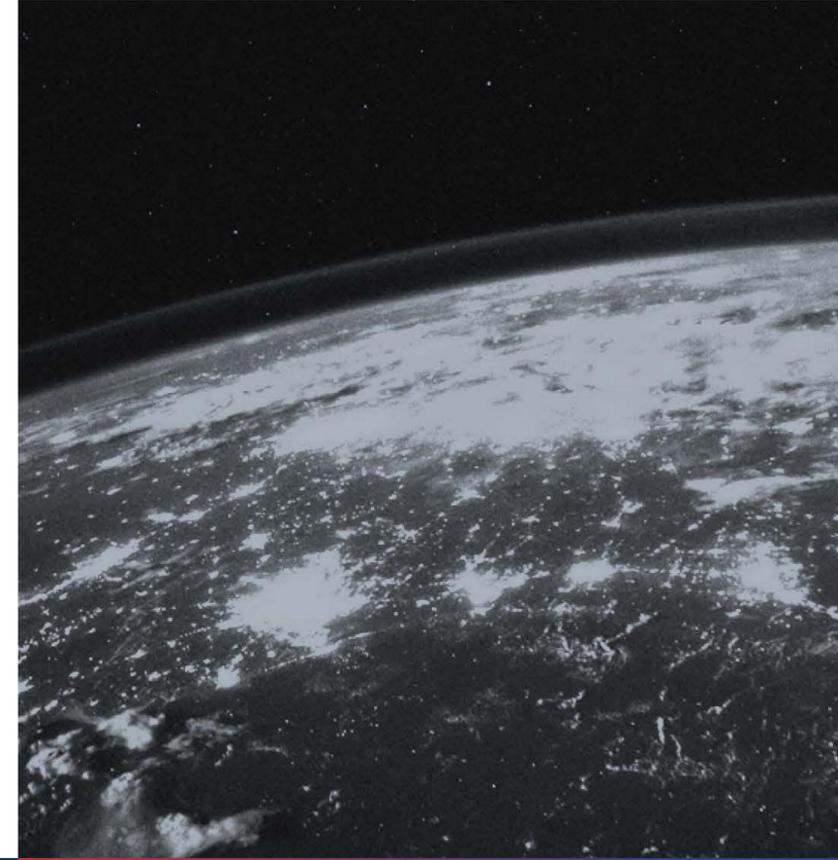
- تعد القمة العالمية للتسويق فرصة واحدة للجميع حول العالم، لمشاركة ابداعاتهم وتطوير مهاراتهم ومعارفهم للمساهمة في دعم الهدف السامي للقمة "خلق عالم أفضل من خلال التسويق".



# المواضيع والمحاور

تتضمن أجندة القمة العالمية للتسويق العديد من الموضوعات ومحاور العمل المهمة للغاية، والتي تمثل الحلول العملية المتكاملة للأعمال واستدامة نموها

- القيادة في ظل الأزمات والأوقات الحرجة
- تقديم وتطوير المنتجات الجديدة
- التسويق والمبيعات باستخدام التقنيات المتقدمة
- التجارة الالكترونية والتسويق عبر الانترنت
- إدارة البيانات وتجارة التجزئة الالكترونية
- الحلول المتكاملة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
- تسويق وبيع المنتجات الفاخرة والنفيسة
- تسويق تنمية مشاريع ريادة الأعمال
- تسويق خدمات اجتماعات الأعمال
- فُمكنات التشغيل للمشاريع الصغيرة والمتوسطة
- التحول الرقمي - الحلول والتحديات
- المزيج التسويقي للخدمات



المواضيع والمحاور

## المتحدثون الرئيسيون



**ماورو بوركيني**

رئيس التصميم العالمي  
بيبي سي كولا، الولايات المتحدة الأمريكية



**ساديا كيريا**

الرئيس التنفيذي  
مجموعة القمة العالمية للتسويق



**البروفيسور فيليب كوتلر**

مؤسس علم التسويق الحديث  
مؤسس القمة العالمية للتسويق

تتعقد فعاليات القمة بحضور نخبة من الخبراء وعلماء الإدارة والتسويق ورواد الأعمال، بحضور العديد من الشخصيات العالمية البارزة



**مارك أوليفر**

خبير رقمي، جامعة لوبيك  
ألمانيا



**د. عبيد العبدلي**

خبير سلوك المستهلك  
المملكة العربية السعودية



**مارشال جولد سميث**

أستاذ الإدارة والأعمال  
الولايات المتحدة الأمريكية



**روس كيلين**

رئيس الجمعية الأمريكية للتسويق  
الولايات المتحدة الأمريكية



**لورا رايس**

متحدث رئيسي - مؤتمرات تيد TED  
اتلانتا - الولايات المتحدة الأمريكية



**بروفيسور ديفيد أكير**

خبير العلامات التجارية  
الولايات المتحدة الأمريكية

# أكثر من مائة خبير عالمي يشاركون الأفكار والحلول الحديثة من أجل الوصول لحياة أفضل من خلال التسويق



**بروفيسور دومينيك توربين**

مدير أعمال - معهد التطوير الإداري "IMD"  
الولايات المتحدة الأمريكية



**بروفيسور كيفن كيلر**

كلية تاك للأعمال  
الولايات المتحدة الأمريكية



**د. عبد الحي مقداد**

رئيس مجموعة ميجا للاستشارات والتدريب  
المملكة العربية السعودية



**كوزو تاكاوكا**

الرئيس التنفيذي لشركة نستله "سابقاً"  
اليابان



**د. خالد الراجحي**

نائب رئيس مجموعة الراجحي القابضة  
المملكة العربية السعودية



**لاري لايت**

كبير مسؤولي التسويق "سابقاً" - ماكدونالدز  
الولايات المتحدة الأمريكية



**فيرونكا سيفيريو**

مدير الحلول العالمية - فيسبوك  
إيطاليا



**بروفيسور جيف فرنس**

كلية الأعمال بجامعة برايتون  
المملكة المتحدة



**روبرت وولكوت**

المدير التنفيذي - شبكة الابتكار العالمية "TWIN"  
الولايات المتحدة الأمريكية



**مايكل جيل**

مؤلف إثنان فن الخطابة  
الولايات المتحدة الأمريكية



**بروفيسور. ديفيد ريبستين**

كلية وارتن للأعمال  
الولايات المتحدة الأمريكية



**د. محمد حطوط**

مستشار تسويق  
المملكة العربية السعودية

## والمزيد من الخبراء

# فوائد المشاركة

تمثل القمة العالمية للتسويق فرصة فريدة للاطلاع على أبرز المستجدات في عالم التسويق والوقوف على الاستراتيجيات والنظريات الحديثة في التسويق، تزامناً مع تعزيز المهارات اللازمة لتطوير الأعمال التجارية الجديدة والحالية.

- تبادل الخبرات مع كوتلر وشركائه حول تطوير استراتيجيات التسويق واتخاذ القرارات المناسبة لتطوير الأعمال.
- تعزيز القدرات في تكييف التجارة الالكترونية مع المتطلبات الجديدة للعالم الرقمي في ظل الأزمات.
- زيادة المهارات حول رفع كفاءة القيادة في ظل ظروف عدم التأكد واليقين بالمؤشرات المستقبلية.
- رفع القدرات على تنظيم اجتماعات الأعمال والتفاوض عبر الانترنت بنجاح في وقت الأزمات.
- تطوير القدرات في التعرف على تغير تفضيلات المستهلك في الأوقات الحرجة.
- رفع مهارات رواد الأعمال في كيفية الحصول على تمويل أعمالهم بأوقات الأزمات وما بعدها.
- تحسين كفاءة المنشآت الناشئة في التسويق والمبيعات بوقت الأزمات وما بعد انتهاء الأزمات.
- تزويد المنشآت الصغيرة والمتوسطة بالمعرفة اللازمة بالرقمنة وأثرها في إنجاح الأعمال والمشاريع.
- اكتساب الطلاب المهارات من خلال التدريب وحصولهم على شهادات تدريبية معترف بها دولياً.
- حصول كافة المشاركين على عضوية مجانية في تجمع خريجي مدرسة كوتلر للتسويق.
- حصول المشاركين على شهادات حضور البرنامج التدريبي المتقدم (تأثير كوتلر وشركائه).



عقب اختتام فعاليات القمة العالمية للتسويق سيحصل كافة المشاركون على شهادة حضور معترف بها  
موقعة من البروفيسور فيليب كوتلر ومعتمدة من جامعة أونينتونو بايطاليا

# البرنامج التدريبي المتقدم "تأثير كوتلر"

عند الطلب للمشاركين من فئة كبار الشخصيات VIP

في الوقت الحالي تحديداً ... أصبح المستهلك هو المكون الرئيسي لأي سوق في العالم؛ إذ تتطور رغباته وتفضيلاته يوماً بعد يوم بشكل سريع، إذ أصبحنا اليوم نتصل ونتعامل مع مستهلك مطلع تماماً على الخيارات والبدائل المتاحة أمامه، وقادر على تقييم تلك البدائل من المنتجات والخدمات، وليس فحسب بل بات قادراً على تقييم الشركات والعلامات التجارية المتاحة أمامه.

وتُظهر تطبيقات الأجهزة المحمولة وتلك الأجهزة المتصلة بإنترنت الأشياء، وكذلك البيانات الضخمة ملاحظات حول سلوك المستهلك وتفضيلاته التي تتغير وتتطور باستمرار، لذا فإنه يتحتم علينا أن نتعامل مع تلك التغييرات بشكل دقيق وسريع من أجل الوصول إلى خطط تجارية أكثر كفاءة وفاعلية؛ ولا يتوقف العمل على ذلك فحسب! بل من الضروري جداً ارتباط العلامة التجارية بالمجتمعات أكثر من حيث المسؤولية الاجتماعية.

بالإضافة إلى ذلك؛ فإن جميع الصناعات والشركات أصبحت اليوم في حالة عدم يقين وتؤكد من التوقعات المستقبلية، بسبب جائحة فيروس كورونا المستجد "كوفيد - 19"، إذ تواجه تلك المنشآت بشكل عام قرارات شديدة التعقيد فيما يتعلق مثلاً: بالتوظيف، والاجتماعات، والفعاليات، والتدفقات النقدية؛ وذلك بسبب الصدمات التي تعرضت لها جراء تلك الجائحة والتي جعلتها تفكر بشكل كلي حالياً في تفادي الخروج من السوق وإدارة الأزمات المالية، ثم النهوض مرة أخرى من خلال التخطيط لبناء استراتيجيات تسويقية جديدة، أو ابتكار منتجات جديدة، أو بناء شراكات وتحالفات استراتيجية، أو الاستحواذ على منشآت أخرى أو الاندماج معها.

## أوقات الأزمات قد تنتج عنها فرص تسويقية جديدة ومبتكرة

### البرامج التدريبية

ريادة الأعمال  
ساديا كيريا  
كندا



تقنيات السوق  
لويز موتينهو  
المملكة المتحدة



القيادة  
البروفيسور فيليب كوتلر  
الولايات المتحدة الأمريكية



التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي  
مارك اوليفر  
المانيا



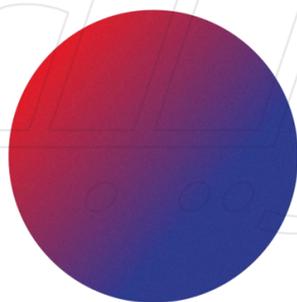
الذكاء الاصطناعي  
نانسي نيمس  
المانيا



الاستدامة  
حسيب شابييل  
المملكة المتحدة



التسويق الإلكتروني  
إيرا كوفمان  
الولايات المتحدة الأمريكية



# WORLD<sup>®</sup> MARKETING SUMMIT

Better world through marketing

الرعاية العالميين



Harvard  
Business  
Review

شركاء الشرق الأوسط وشمال افريقيا



**ewmsmena**

+966 11 455 5521 | +966 53 657 0150 | +966 59 044 6023  
mutaz@bsg-expo.com | info@bsg-expo.com  
www.bsg-expo.com