

ESSENTIALS FOR SOCIAL BRANDING TOOLS AND TECHNIQUES

Marketing & Media

Essentials for Social Media
Branding tools and Techniques



Code: 255003



futurecentre.net



Course Introduction

In today's digital age, your social media presence is often the first—and most lasting—impression you make on potential customers. A strong social media brand is more than just consistent logos; it's a cohesive voice, a compelling story, and a strategic presence that builds trust, community, and loyalty. This course provides the essential toolkit for building, growing, and managing a powerful and authentic brand across all major social media platforms.

This practical program moves beyond simple posting schedules to explore the strategic fusion of branding principles and social media execution. Participants will learn how to define their brand's unique voice, create visually stunning content, leverage the right tools for efficiency and impact, and use analytics to refine their strategy. Through hands-on workshops and real-world case studies, you will leave with a actionable plan to transform your social profiles into a cohesive and high-impact brand.

Training Method

- Pre-assessment
- Live group instruction
- Use of real-world examples, case studies and exercises
- Interactive participation and discussion
- Power point presentation, LCD and flip chart
- Group activities and tests
- Each participant receives a binder containing a copy of the presentation
- slides and handouts
- Post-assessment

Course Objectives

Upon successful completion of this course, participants will be able to:

- **Define** their brand's core identity (voice, tone, personality, and visual identity) for social media.
- **Develop** a strategic social media branding plan aligned with overall business goals.
- **Create** professional, on-brand visual content (graphics, videos, stories) using key design tools and techniques.
- **Implement** community management strategies to foster engagement and build brand advocacy.
- **Utilize** a suite of essential tools for scheduling, analytics, design, and listening.
- **Measure** the effectiveness of their social media branding efforts and use data to optimize their strategy.

Who Should Attend?

This course is ideal for anyone responsible for building or managing a brand's presence on social media:

- **Small Business Owners and Entrepreneurs**
- **Marketing Coordinators and Managers**
- **Social Media Managers and Specialists**
- **Content Creators, Bloggers, and Influencers**
- **Freelancers** (writers, designers, photographers) looking to build their personal brand
- **Corporate Communications and PR Specialists**
- **Anyone** looking to start a career in social media marketing

Course Outline

Day 1: The Foundation of Social Media Branding

Morning Session: Defining Your Brand Identity

- Beyond the Logo: What is a social media brand? (Voice, Tone, Personality, Values).
- Workshop: Developing your brand's core story and audience persona.
- Conducting a Social Media Audit of your current presence.

Afternoon Session: Building Your Strategic Blueprint

- Setting SMART Goals for your social media branding efforts.
- Choosing the Right Platforms: Where does your brand belong?
- Introduction to Content Pillars and Brand Positioning.
- Exercise: Draft a one-page social media branding strategy document.

Day 2: Mastering Visual Branding & Design Tools

Morning Session: The Principles of Visual Storytelling

- Creating a Consistent Visual Identity: Color palettes, fonts, and imagery.
- Designing for Different Formats: Feed posts, stories, Reels, covers, and ads.

Afternoon Session: Hands-On with Design Tools

- Tool Deep Dive: Canva for non-designers. Creating templates and brand kits.
- Basic Video Editing for Social: Intro to tools like CapCut or Canva Video.
- Workshop: Create a set of on-brand visual content (a post, a story, a cover photo) for your brand.

Day 3: Crafting Your Content & Voice

Morning Session: The Art of Caption Writing

- Finding Your Brand Voice: Formal, friendly, witty, or inspirational?
- Writing compelling captions that drive engagement (hooks, CTAs, storytelling).
- Hashtag Strategy: Branded, community, and trending hashtags.

Afternoon Session: Content Ideation & Planning

- How to Never Run Out of Ideas: Brainstorming techniques and content sources.
- Tool Deep Dive: Introduction to scheduling and planning tools (e.g., Later, Buffer, Metricool).
- Workshop: Build a content calendar for the next month.

Course Outline

Day 4: Engagement, Community & Tools

Morning Session: Building a Community, Not Just an Audience

- Community Management Techniques: How to respond to comments, DMs, and reviews.
- Developing a UGC (User-Generated Content) strategy to build trust.
- Running engaging contests and polls.

Afternoon Session: Listening and Analytics Tools

- Tool Deep Dive: Social listening tools (e.g., Brandwatch, Mention) to track brand sentiment.
- Introduction to Native Analytics: Interpreting insights from Instagram, Facebook, Twitter, and LinkedIn.
- Exercise: Analyze a report and extract three actionable insights for a brand.

Day 5: Integration, Advertising & Capstone

Morning Session: Introduction to Social Advertising for Branding

- Boosting vs. Ads Manager: When to use each.
- Campaign Objectives for Branding: Awareness, Reach, and Engagement.
- Defining your target audience for paid campaigns.

Afternoon Session: Capstone Project & Presentation

- Final Project: Participants present a complete social media branding portfolio, including: a strategy doc, visual style guide, content calendar, and a sample analytics report.
- Presentation & Peer Feedback: Each participant presents their brand strategy.
- Course Recap: Key takeaways and resource list for continued learning.
- Q&A and Adjourn.



المقدمة

في عصرنا الرقمي، غالباً ما يكون حضورك على منصات التواصل الاجتماعي هو الانطباع الأول والأنطوى أبداً الذي تتركه لدى عملائك المحتملين. العلامة التجارية القوية على منصات التواصل الاجتماعي لا تقصر على شعارات متناسقة؛ بل هي صوت متماسك، وقصة آسرة، وحضور استراتيجي يبني الثقة، ويعزز التواصل، ويزيد من الولاء. توفر هذه الدورة الأدوات الأساسية لبناء علامة تجارية قوية وأصلية، وتنميتها، وإدارتها عبر جميع منصات التواصل الاجتماعي الرئيسية.

يتجاوز هذا البرنامج العملي مجرد جداول النشر البسيطة، ليستكشف التكامل الاستراتيجي بين مبادئ بناء العلامة التجارية وتنفيذها على منصات التواصل الاجتماعي. سيتعلم المشاركون كيفية تحديد هوية علامتهم التجارية الفريدة، وإنشاء محتوى بصري خلاب، والاستفادة من الأدوات المناسبة لتحقيق الكفاءة والتأثير، واستخدام التحليلات لتطوير استراتيجيتهم. من خلال ورش عمل عملية ودراسات حالة واقعية، ستنتهي بخطة عملية لتحويل حساباتك على منصات التواصل الاجتماعي إلى رصيد متماسك وعالٍ التأثير لعلامتك التجارية.

طريقة التدريب

- التقىيم المسبق
- تدريب جماعي مباشر
- استخدام أمثلة واقعية ودراسات حالة وتمارين
- مشاركة ونقاش تفاعلي
- عرض تقديمي باستخدام باور بوينت، وشاشة LCD، ولوح ورقي
- أنشطة واختبارات جماعية
- يحصل كل مشارك على ملف يحتوي على نسخة من العرض التقديمي
- شرائح ومطبوعات
- التقىيم اللاحق

أهداف الدورة

- عند إكمال هذه الدورة بنجاح، سيكون المشاركون قادرين على:
- تحديد الهوية الأساسية لعلامتهم التجارية (الصوت، النبرة، الشخصية، والهوية البصرية) لوسائل التواصل الاجتماعي.
 - تطوير خطة استراتيجية للعلامة التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي تتوافق مع الأهداف التجارية الشاملة.
 - إنشاء محتوى مرن احترافي (رسومات ومقاطع فيديو وقصص) يحمل علامتك التجارية باستخدام أدوات وتقنيات التصميم الرئيسية.
 - تنفيذ استراتيجيات إدارة المجتمع لتعزيز المشاركة وبناء الدعوة للعلامة التجارية.
 - استخدام مجموعة من الأدوات الأساسية للجدولة والتحليلات والتصميم والاستماع.
 - قياس فعالية جهودهم في بناء العلامة التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي واستخدام البيانات لتحسين استراتيجيتهم.

من ينبغي أن يهتم؟

- هذه الدورة مثالية لأي شخص مسؤول عن بناء أو إدارة حضور العلامة التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي:
- أصحاب الأعمال الصغيرة ورواد الأعمال
 - منسقي ومديري التسويق
 - مديرى ومتخصصى وسائل التواصل الاجتماعى
 - منشئو المحتوى والمدونون والمؤثرون
 - العاملون المستقلون (الكتاب والمصممون والمصورون) الذين يتطلعون إلى بناء علامتهم التجارية الشخصية
 - متخصصون في الاتصالات المؤسسية والعلاقات العامة
 - أي شخص يتطلع إلى بدء مهنة في مجال التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

محتويات الكورس

اليوم الأول أساسيات بناء العلامة التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي

جولة الصباح: تحديد هوية علامتك التجارية

- ما وراء الشعار: ما هي العلامة التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي؟ (الصوت، النبرة، الشخصية، القيم).
- ورشة عمل: تطوير القصة الأساسية لعلامتك التجارية وشخصية جمهورك.
- إجراء تدقيق على وسائل التواصل الاجتماعي لتواجدك الحالي.

جولة بعد الظهر: بناء مخططك الاستراتيجي

- تحديد أهداف SMART لجهودك في بناء العلامة التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي.
- اختيار المنصات المناسبة: أين تنتمي علامتك التجارية؟
- مقدمة عن ركائز المحتوى وتحديد موقع العلامة التجارية.
- تمرين: قم بإعداد وثيقة مكونة من صفحة واحدة لاستراتيجية العلامة التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي.

اليوم الثاني إتقان أدوات التصميم والعلامات التجارية المرئية

الجلسة الصباحية: مبادئ السرد القصصي البصري

- إنشاء هوية بصرية متسقة: لوحات الألوان والخطوط والصور.
- التصميم لتنسيقات مختلفة: منشورات الخلاصات، والقصص، والبكرات، والأغلفة، والإعلانات.

جولة بعد الظهر: تدريب عملي على أدوات التصميم

- استكشاف الأدوات: كاتفا لغير المصممين. إنشاء قوالب ومجموعات علامات تجارية.
- تحرير الفيديو الأساسي للوسائط الاجتماعية: مقدمة لأدوات مثل CapCut أو Canva Video.
- ورشة عمل: إنشاء مجموعة من المحتوى المرئي الذي يتتناسب مع علامتك التجارية (منشور، قصة، صورة غلاف) لعلامتك التجارية.

اليوم الثالث صياغة المحتوى والصوت

الجلسة الصباحية: فن كتابة التعليقات التوضيحية

- العثور على صوت علامتك التجارية: رسمي، ودود، ذكي، أو ملهم؟
- كتابة تعليقات جذابة تعمل على تعزيز التفاعل (العبارات الجذابة، الدعوات إلى اتخاذ إجراء، ورواية القصص).
- استراتيجية الهاشتاج: الهاشتاجات ذات العلامة التجارية والمجتمعية والشائعة.

جولة بعد الظهر: أفكار المحتوى والتخطيط

- كيفية عدم نفاد أفكارك أبداً: تقنيات العصف الذهني ومصادر المحتوى.
- الغوص العميق في الأدوات: مقدمة لأدوات الجدولة والتخطيط (على سبيل المثال، Later, Buffer, Metricool).
- ورشة عمل: إنشاء تقويم للمحتوى للشهر المقبل

محتويات الكورس

اليوم الرابع المشاركة والمجتمع والأدوات

الجلسة الصباحية: بناء مجتمع، وليس مجرد جمهور

- تقنيات إدارة المجتمع: كيفية الرد على التعليقات والرسائل المباشرة والمرجعات.
- تطوير استراتيجية UGC (المحتوى الذي ينشئه المستخدم) لبناء الثقة.
- إجراء مسابقات واستطلاعات رأي جذابة.

جلسة بعد الظهر: أدوات الاستماع والتحليل

- الغوص العميق في الأدوات: أدوات الاستماع الاجتماعي (على سبيل المثال، Brandwatch, Mention
- للتتبع مشاعر العلامة التجارية.

مقدمة إلى التحليلات الأصلية: تفسير الرؤى من Twitterg Facebookg Instagram LinkedIn.

- تمرين: قم بتحليل تقرير واستخلاص ثلاث رؤى قابلة للتنفيذ للعلامة التجارية

اليوم الخامس التكامل والإعلان والمشروع النهائي

الجلسة الصباحية: مقدمة عن الإعلان الاجتماعي للعلامات التجارية

- التعزيز مقابل مدير الإعلانات: متى تستخدم كل منها.
- أهداف الحملة الخاصة بالعلامة التجارية: الوعي، والوصول، والمشاركة.
- تحديد جمهورك المستهدف لحملاتك المدفوعة.

جلسة بعد الظهر: مشروع التخرج والعرض التقديمي

- المشروع النهائي: يقدم المشاركون محفظة كاملة للعلامة التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي، بما في ذلك: وثيقة الاستراتيجية، ودليل الأسلوب المرئي، وتقويم المحتوى، وتقرير تحليلي نموذجي.

- العرض وردود الفعل من الأقران: يقدم كل مشارك استراتيجية علامته التجارية.

- ملخص الدورة: النقاط الرئيسية وقائمة الموارد للتعلم المستمر.

- الأسئلة والأجوبة والتأجيل**

Terms & Conditions

Complete & Mail to future centre or email

Info@futurecentre.com



Cancellation and Refund Policy

Delegates have 14 days from the date of booking to cancel and receive a full refund or transfer to another date free of charge. If less than 14 days' notice is given, then we will be unable to refund or cancel the booking unless on medical grounds. For more details about the Cancellation and Refund policy, please visit

<https://futurecentre.net/>

Registration & Payment

Please complete the registration form on the course page & return it to us indicating your preferred mode of payment. For further information, please get in touch with us

Course Materials

The course material, prepared by the future centre, will be digital and delivered to candidates by email

Certificates

Accredited Certificate of Completion will be issued to those who attend & successfully complete the programme.

Travel and Transport

We are committed to picking up and dropping off the participants from the airport to the hotel and back.

Registration & Payment

Complete & Mail to future centre or email

Info@futurecentre.com



Registration Form

- **Full Name (Mr / Ms / Dr / Eng)**
- **Position**
- **Telephone / Mobile**
- **Personal E-Mail**
- **Official E-Mail**
- **Company Name**
- **Address**
- **City / Country**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Payment Options

- Please invoice me
- Please invoice my company

Course Calander:

	19/01/2026 - 23/01/2026	Click Now
	27/04/2026 - 01/05/2026	Click Now
	03/08/2026 - 07/08/2026	Click Now
	09/11/2026 - 13/11/2026	Click Now

VENUES

 LONDON

 BARCELONA

 KUALA LUMPER

 AMSTERDAM

 DAMASCUS

 ISTANBUL

 SINGAPORE

 PARIS

 DUBAI

OUR PARTNERS



المعرفة



LinkedIn
Learning

Google



Microsoft



Ulster University

University of Roehampton London

 CIPS
Chartered Institute of Procurement & Supply

CIM The Chartered Institute of Marketing

 CFA Institute

 AXELOS
GLOBAL BEST PRACTICE

 ACCA
Association of Chartered Certified Accountants



 University of East London



 Middlesex University

 IFMA™

 SOLENT
UNIVERSITY

 Project Management Institute.

 NHS

 othm®
qualifications

 LONDON ROYAL
ACADEMY

THANK YOU

CONTACT US

📞 +963 112226969

💬 +963 953865520

✉️ Info@futurecentre.com

📍 Damascus - Victoria - behind Royal Semiramis hotel

