

شركة "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات" تكشف عن حصيلة النسخة الثانية من منتدى "Africa Place Marketing"، التي جرت فعالياتها يومي 24 و25 نونبر بالدار البيضاء

نظمت شركة "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات"، يومي 24 و25 نونبر الماضي، النسخة الثانية من منتدى "Africa Place Marketing"، تحت عنوان "جميعا فاعلون من أجل تعزيز جودة الحفاوة والجاذبية الترابية".

ولقد عرفت هذه التظاهرة جهودا مكثفة من العمل خلال يومين من النقاشات الإيجابية بين خبراء وباحثين وأخصائيين ومهنيين ذوي شهرة عالمية، اشتغلوا في أكثر من 16 حاضرة ترابية، يمثلون توجهات مختلفة فيما يتعلق بالتسويق الترابي.

وشهدت النسخة الثانية من المنتدى مشاركة 35 محاضرا جاءوا لتقاسم خبرتهم وتجربتهم الكبيرة في مجال التسويق الترابي مع ما يقارب 455 مشاركا عبر المنصة الرقمية، فيما عرف الموقع الإلكتروني المخصص لهذا الحدث المبتكر ما يزيد عن 78 ألف زائر على مدار فعاليات المنتدى، التي عرفت تغطية إعلامية كبيرة من قبل أزيد من 50 صحفيا وصحفية يرجع لهم الفضل في الإشعاع الكبير الذي عرفته التظاهرة وانخراطهم المتميز في تسليط الضوء على موضوع يهم مستقبل وتطور الحاضرات.

وقد ساهمت الندوات في تحديد المفاهيم الأساسية ذات الصلة بموضوع التسويق الترابي، بما فيها مفهوم الجاذبية والحفاوة الترابية، فضلا عن مفهوم العلامة والهوية الترابية.

وبالإضافة إلى ذلك، فقد سلط الخبراء الضوء على أهمية الأخذ بعين الاعتبار خصوصية الحواضر الناشئة من حيث استراتيجية المرونة الترابية وكذا الهوية الترابية وشخصية الحاضرة من أجل نجاح مقاربة التسويق الترابي.

وعرف برنامج المنتدى أيضا ورشتي عمل مكنت من التعرف أكثر على كيفية التعامل مع التسويق الترابي، خصوصا فيما يتعلق بالعوامل الأساسية من أجل إنجاز وتنشيط العلامة الترابية. وهي المناسبة التي تم التطرق خلالها لتقييم إنجازات العلامة الترابية "WECASABLANCA"، ومن تم استكمال الدراسات والإنجازات التي من شأنها تعزيز خطة العمل المرتبطة ببرنامج التسويق الترابي، من أجل إحياء وتحبيب وتوحيد الجهات الفاعلة حول هذه العلامة الترابية الشاملة.

أهم اللحظات البارزة التي عرفت النسخة الثانية من منتدى "Africa Place Marketing":

1. حلقات النقاش والتأمل التي برهنت على نجاح كبير، لما شكلته من أرضية مناسبة لإعداد أولى مسودات التفكير حول استراتيجية تسويق ترابي تلائم الحواضر الأفريقية. وتهدف هذه الحلقات إلى فتح نقاش مستمر من أجل تبادل الآراء وطرح مختلف الأفكار المتعلقة بالتسويق الترابي في القارة الأفريقية.

2. مسابقة Africa Place Marketing Competition، التي شكلت لحظة قوية تميزت بتقديم أفكار مبتكرة ومبدعة من قبل طلاب وطالبات مغاربة يمتلكون نظرة واسعة وذكية من أجل تطوير خطة عمل لتسويق ترابي ناجح. وشارك في هذه المسابقة مجموعة من المدارس العليا،
3. منها المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير ENCG التي تمكنت من الفوز بالجائزة الأولى والمعهد العالي للتدبير HEM والمدرسة العليا للتجارة والتسيير ESCA اللذين برهنوا على اتساع الابتكار والإبداع المغربي في مجال التسويق الترابي.

وللتذكير فإن منتدى "Africa Place Marketing" يعد من الدعامات الأساسية التي تواكب مشروع استراتيجية الجاذبية الترابية "WECASABLANCA"، باعتبارها مبادرة جماعية مشتركة من أجل تعزيز مدينة الدار البيضاء التي تفرض نفسها اليوم كمنصة رائدة وأساسية للتفاعل والتبادل البناء والتنمية في مجال التسويق الترابي.

ومن الجدير بالذكر أن جميع الفيديوهات والندوات، التي توثق لحظات المنتدى، متوفرة على قناتنا باليوتيوب Wecasablanca.

https://www.youtube.com/channel/UCCw7MXIu8Vq63Gq_dz10QPQ

بخصوص شركة "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات":

تتمثل مهمة شركة التنمية المحلية "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات"، التي تم إنشاؤها في عام 2015، في تطوير وتنفيذ استراتيجية الجاذبية للمجال الترابي على المستويات المحلية والجهوية والدولية. للقيام بذلك، تضطلع الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات Casablanca Events et Animation بتنفيذ مشاريع هيكلية وتدبير البنى التحتية الرياضية والثقافية الموكلة إليها وتنظيم الأحداث الكبرى في المجالات الثقافية والرياضية والاقتصادية. وتعد "الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات" شركة مساهمة خاصة برأس مال عام ومساهمها هم مجلس جهة الدار البيضاء-سطات، ومجلس جماعة الدار البيضاء ومجلس عمالة الدار البيضاء.