

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية العلوم الإدارية و نظم المعلومات

مشروع تخرج بعنوان

شركة Degree 180 لخدمات واستشارات التسويق وتخطيط واعداد

حملة ترويجية وإنشاء موقع إلكتروني للشركة.

إشراف:

د. ناصر دعنا

الطالبات

أسماء حمدي داود

آية جواد الحرباوي

ميسم صالح كرجه

ساره عهدي الجعبري

قدم هذا المشروع لاستكمال متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس

في تخصص التسويق الإلكتروني

2024-2023

الإهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ (وَقَالُوا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ)

أما بعد فإنَّما طلبنا العلم لوجه الله تعالى ولم نُرد بذلك إلا وجهه (ذَلِكَ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَنْ يَشَاءُ) وقال تعالى (يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ) قد رَفَعَنَا اللهُ تعالى بِذَلِكَ وَنَسَّأَلُهُ أَنْ يَرْفَعَ قِيَمَتَنَا وَمَقَامَنَا فِي الْآخِرَةِ كَمَا رَفَعَهُمْ فِي الدُّنْيَا.

الْحَمْدُ لِلَّهِ حُبًّا، الْحَمْدُ لِلَّهِ شُكْرًا، الْحَمْدُ لِلَّهِ يَوْمًا وَشَهْرًا وَعُمْرًا، الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي بَفَضْلِهِ أَدْرَكْنَا أَسْمَى الْغَايَاتِ.

وَسَطَ أَحْدَاثِ أَلِيْمَةٍ وَبَشِيْعَةٍ وَقَعَتْ بِشَعْبِنَا الْحَبِيْبِ وَغَزَتْنَا الْأَبْيَةَ لِأَيَّامٍ وَأَيَّامٍ، لَمْ يَكُنْ سَهْلًا عَلَيْنَا أَنْ نُكْمِلَ مَسِيرَتَنَا وَأَنْ نَصِلَ إِلَى مُبْتَغَانَا، وَمَا نَحْنُ الْيَوْمَ هُنَا إِلَّا رَغْبَةً مِّنَّا لِإِثْبَاتِ فِلَسْطِينِيَّتِنَا وَتَجْدُرْنَا فِي هَذِهِ الْأَرْضِ الْحَبِيْبَةِ.

نُهِدِي هَذَا الْإِنْجَازَ الَّذِي لَطَالَمَا انْتَهَرْنَا فِيهِ كَثِيرًا

إِلَى الَّذِينَ أَكْرَمَنَا وَكَرَّمَنَا اللهُ بِأَبْوَتِهِمْ، وَجَعَلْنَا نُنَادِي بِأَسْمَائِهِمْ، مَنْ عَاهَدْنَاهُمْ بِالنَّجَاحِ، إِلَى الْغَالِبِينَ أَبَانَا.

إِلَى اللّوَاتِي مَوْجُودَاتٍ دَائِمًا وَإِنْ غَابَ الْوُجُودَ حَوْلَنَا، الْعَاقِبَةَ لِلْقَلْبِ وَالرُّوحِ، إِلَى أَمَهَاتِنَا الْعَزِيزَاتِ.

إِلَى أَشْقَاءِ الرُّوحِ وَأَمَانَ أَيَّامِنَا وَأَنْسَاءِ أُرُوجِنَا أَخَوَاتِنَا وَإِخْوَتِنَا

إِلَى أَسَاتِدَتِنَا وَمُشْرِفِينَا سِوَا أَعْطَوْا حَرَقًا أَوْ قَدَّمُوا نَصِيحَةً، وَتَخَصُّ بِالشُّكْرِ الدُّكْتُورَ عَبْدَ النَّاصِرِ دَعْنَا الَّذِي لَمْ يَتَهَاوَنَ اتِّجَاهَ أَيِّ تَقْصِيرٍ، كَانَ يَدْفَعُنَا نَحْوَ الْكَمَالِ وَالسَّدَادِ دَوْمًا

إِلَى صَدِيقَاتِنَا وَزَمِيلَاتِنَا وَجَمِيعِ الْخُضُورِ

قائمة المحتويات

المادة	رقم الصفحة
الفصل الأول	
المقدمة	7
أهداف مشروع التخرج	8
وصف الشركة	9
نقاط التمايز	9
المزيج التسويقي	10
تحليل القطاع	17
الفصل الثاني	
مقدمة ونبذة عن الموقع	24
أهداف الموقع الإلكتروني	25
أهمية الموقع الإلكتروني	26
الحاجة السوقية التي يغطيها الموقع	26
مقومات نجاح الموقع الإلكتروني	27
شرح للخطوات المتبعة في التحضير والحجز للموقع بشكل الكتروني	28
نوع الموقع المنوي العمل عليه	29
مبررات استخدام مساحة الحجز	30
اسم النطاق ومبررات اختياره	30
شرح الاسم والشعار	31
اعداد استراتيجية Social Media الداعمة للموقع	32

الفصل الثالث	
المقدمة	36
أهداف الحملة الترويجية	36
الرسالة الترويجية	36
قنوات الاتصال التسويقي	37
خطة الاتصالات التسويقية المتكاملة	38
ميزانية الحملة الإعلانية والموقع الإلكتروني	87
الفصل الرابع	
بناء استراتيجية المشروع	89
الدراسة السوقية الشاملة	92
تحليل المنافسين	102
أفراد العمل ودور كل فرد منهم	114
الخاتمة	118
المصادر	119

الملخص

يعتبر التسويق الرقمي من أكثر المجالات تطورًا ونموًا في العصر الحديث، نظرًا لتزايد أهمية الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية في حياتنا اليومية، يهدف هذا المشروع إلى إنشاء شركة متخصصة في تقديم خدمات واستشارات تسويقية شاملة، وتنفيذ حملات ترويجية مبتكرة، وتطوير موقع إلكتروني يعزز من التواجد الرقمي للشركة ويخدم عملاءها بكفاءة عالية.

في ظل التطورات السريعة التي تشهدها الأسواق في مجال التسويق الرقمي، أصبح من الضروري وجود شركات تقدم حلولاً مبتكرة وفعالة، يسعى هذا المشروع إلى تأسيس شركة تقدم خدمات واستشارات تسويقية متكاملة، بهدف مساعدة الشركات على الوصول إلى جمهورها المستهدف بفعالية، سيتم ذلك من خلال بناء حملات ترويجية فعالة وتطوير موقع إلكتروني يعرض خدمات الشركة ويتفاعل مع العملاء.

يعد تحليل السوق والمنافسة خطوة أساسية لضمان نجاح المشروع. تم إجراء تحليل شامل للسوق والمنافسين لتحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات، بناءً على ذلك، تم تحديد نقاط التمايز التي ستجعل الشركة تبرز بين المنافسين، وتحديد استراتيجيات المزيج التسويقي المناسبة لكل من المنتج، السعر، الترويج، والتوزيع لضمان تحقيق أفضل النتائج.

تطوير موقع إلكتروني يعد خطوة حاسمة في تعزيز التواجد الرقمي للشركة وزيادة الوصول إلى الجمهور المستهدف، سيوفر الموقع منصة رقمية للتعريف بخدمات الشركة وجذب العملاء المحتملين، سيكون الموقع متجاوبًا وسهل الاستخدام، مع تصميم جذاب ومحتوى غني وأدوات تحليلية قوية.

تعد الحملة الترويجية جزءًا أساسيًا من استراتيجية التسويق، تهدف الحملة إلى جذب العملاء المحتملين وتعزيز تفاعلهم مع الشركة، تم تحديد الرسائل الأساسية التي سيتم توجيهها للجمهور، واختيار القنوات المناسبة لنشر الحملة وتحقيق أكبر تأثير، وتتضمن الحملة الترويجية إنشاء تصاميم جذابة ومؤثرة لإعلانات مواقع التواصل الاجتماعي، مع تحديد التكاليف المتوقعة وتخصيص الميزانية المناسبة لضمان تحقيق أفضل النتائج، الاستراتيجية الشاملة لتحقيق أهداف الشركة والموقع الإلكتروني تعد خطوة أساسية لضمان نجاح المشروع، تم ذلك من خلال إجراء دراسة سوقية شاملة وتحليل المنافسين لتحديد أفضل الاستراتيجيات، كما تم تحديد شخصيات العملاء المحتملين وتخصيص الخدمات لتناسب احتياجاتهم بشكل مثالي.

الفصل الأول

1.1 المقدمة.
2.1 أهداف مشروع التخرج.
3.1 وصف الشركة.
4.1 نقاط التمايز.
5.1 المزيج التسويقي.
6.1 تحليل القطاع.

1.1 المقدمة

شهدت مجالات التكنولوجيا والتسويق تحولات جذرية في العقود الأخيرة، حيث أصبحت التقنيات الرقمية والإنترنت جزءًا أساسيًا من استراتيجيات الأعمال، ولذا تحرص الشركات على الانتقال نحو استخدام الإنترنت والتطبيقات الإلكترونية في تنفيذ نشاطاتها لظهور الفرص الكبيرة التي توفرها في هذا العالم الرقمي، وتحقيق أهدافها بشكل أكثر كفاءة.

مع التطور التكنولوجي في عصرنا هذا أصبح من الضرورة توجه الشركات نحو العمل عبر الإنترنت مثل: التجارة الإلكترونية، وتحسين تجربة المستخدم عبر المواقع والتطبيقات، باستخدام التسويق الرقمي للتواصل مع الجماهير المستهدفة بشكل أفضل، واستغلال البيانات والذكاء الاصطناعي لفهم سلوك المستهلكين كذلك أصبح من الضروري على الشركات مواكبة تغيرات سلوك المستهلكين وتحسين تجاربهم عبر الإنترنت، ومع زيادة التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي والمحتوى المتاح على الإنترنت، أصبح من الصعب جذب والحفاظ على انتباه الجماهير.

تختلف سلوكيات المستهلكين عبر الإنترنت وفي الواقع بشكل كبير، مما يؤثر بشكل مباشر على استراتيجيات شركات التسويق. التسوق عبر الإنترنت يتميز براحة عالية وتأثير قرارات الشراء بمراجعات المنتجات وسهولة مقارنة الأسعار. بالمقابل، يقدم التسوق في الواقع تجربة حسية وفورية، مما يؤثر في قرارات المستهلكين. ميزة التخصيص تبرز في التسوق عبر الإنترنت من خلال توصيات مخصصة، في حين يتيح التسوق في الواقع تفاعلاً شخصياً وخدمة فورية. السياسات المختلفة الإرجاع والتبديل تضع التحديات أمام الشركات. الفهم الشامل لهذه الاختلافات يتطلب من الشركات تكييف استراتيجياتها لضمان تجربة تسوق متميزة ورضا العملاء. (Medium.com, 2015, p. 2)

يشهد السوق الفلسطيني تحولاً جوهرياً في تصرفات المستهلكين وطرق الأعمال، حيث يعكس هذا التغيير زيادة كبيرة في اعتماد التكنولوجيا والتواجد الرقمي، هذا التحول يزيد من حاجة السوق إلى الاستناد إلى شركات متخصصة في مجال تقديم خدمات التسويق الإلكتروني، سواء التقليدية أو الرقمية التي تساعد الشركات التسويقية في بناء وتعزيز علامتهم التجارية والوصول إلى جمهورهم المستهدف بفعالية، كذلك تقدم الخدمات لتطوير استراتيجيات تسويقية متكاملة تشمل التسويق التقليدي والتسويق الرقمي، وبفضل هذه الخدمات يمكن للشركات في فلسطين التفوق في بيئة الأعمال المتنافسة وتحقيق نجاح مستدام. في الوقت نفسه، ويواجه السوق الفلسطيني نمواً مستمراً في العديد من القطاعات والأعمال الصغيرة والمتوسطة، مع زيادة في التنافس واعتماد متزايد على الإنترنت، وارتفاع في الطلب على الخدمات الرقمية وتنوع في القطاعات وزيادة في منافسة الأسواق عبر الإنترنت. (وزارة الاقتصاد الفلسطيني، 2018، صفحة 1)

هذا يتطلب من الشركات المحلية مواكبة هذه التحولات في سلوكيات المستهلكين من أجل إعداد برامج تسويقية مناسبة، بالتالي يتطلب من الشركات الاستعانة بالشركات التسويقية المحترفة لمعرفة التغييرات التي تحصل في سلوك المستهلكين. وفقاً لتلك المعطيات، تبلورت فكرة المشروع بإنشاء شركة متخصصة في الخدمات التسويقية الشاملة والتي تعمل على سد احتياج السوق وتقديم استشارات من أجل رفع أداء الشركات التسويقي واقتناص الفرص، ويتضمن المشروع أيضاً إنشاء موقع إلكتروني وحملة ترويجية للشركة.

2.1 أهداف مشروع التخرج

يعتبر هذا المشروع متعدد الأهداف حيث يهدف إلى التخرج ونيل درجة البكالوريوس في تخصص التسويق الإلكتروني، بالإضافة إلى إنشاء شركة تسويقية متكاملة تقدم خدمات التسويق اللازمة لنجاح الأعمال في العصر الرقمي، وبناء وتطوير موقع إلكتروني للشركة، وتنفيذ حملة ترويجية استراتيجية لإطلاق الشركة بفعالية في السوق وزيادة تواجدها بين الجمهور المستهدف.

- التخرج ونيل درجة البكالوريوس في تخصص التسويق الإلكتروني.
- إنشاء شركة تسويقية توفر جميع الخدمات التسويقية الضرورية لضمان نجاح أي مشروع.
- تطوير موقع إلكتروني مميز للشركة.
- عمل حملة ترويجية لإطلاق الشركة وتعزيز وجودها في السوق.

3.1 وصف الشركة

حول الشركة

شركة متخصصة في تطوير الشركات القائمة والناشئة من خلال توسيع نطاق أعمال وتقديم مجموعة واسعة من خدمات التسويق التي تساعد في بناء العلامات التجارية بكل احترافية، تعمل على تحقيق الأهداف بأفضل الطرق وأفضل الدراسات والاستراتيجيات من خلال مجموعة منتقاة من كتاب للمحتوى والمسوقين والمصممين الذين يرغبون دائماً في أن تملك أفضل صورة أمام عملائها ومنافسيها، وتعمل على خلق هوية تجارية فائقة الجمال وتركيز وجودها في محركات البحث وضمان أن تكون الشركة المستهدفة هي الأفضل.

الرسالة

الارتقاء بمستوى الأداء التسويقي للشركات المحلية من خلال تقديم حزمة متكاملة من الخدمات التسويقية بطريقة إبداعية مما يمكنهم من تعزيز صورتهم.

الرؤية

تسعى الشركة إلى أن تكون الشركة الرائدة في مجال تقديم خدمات تسويقية داخل السوق الفلسطيني محلياً خلال ١٠ سنوات.

القيم

- الريادة والإبتكار
- إدارة رحلة العميل
- الإلتزام
- التميّز
- بناء المستقبل

4.1 نقاط التمايز

- فريق متكامل يجمع بين خبرات في مجالات متعددة مثل تقنية المعلومات، التصميم الجرافيكي، والتسويق الإلكتروني، تطوير البرمجيات،
- بناء ثقافة تنظيمية مبتكرة وتعاونية تعزز الإبداع والابتكار، وتشجع على المشاركة الفعّالة.

5.1 المزيج التسويقي

- الخدمات التي تقدمها الشركة

يتم تقديم خدمات تسويقية متكاملة منها خدمات تسويقية تقليدية وخدمات تسويق رقمية مستحدثة ومواكبة إلى عالم الذكاء الاصطناعي وذلك يتم من خلال تقديم الشركة الحلول التسويقية التالية:

خدمات التسويق التقليدية	خدمات التسويق الرقمية
إعداد خطة تسويقية استراتيجية متكاملة	انشاء حسابات مواقع التواصل الاجتماعي.
الاستشارات التسويقية	تطوير حسابات مواقع التواصل الاجتماعي
حملات الإعلانات التسويقية	تحسين محركات البحث
بناء وتعزيز العلامات التجارية	تصميم مواقع الالكترونية
التخطيط وكتابة المحتوى	تطوير مواقع الالكترونية
إعداد برامج إدارة العلاقة مع الزبائن	الإعلانات والحملات الممولة
دراسات وأبحاث السوق	التصميم الجرافيكي والانتاج الفني.

خدمات التسويق الرقمي تقوم على الاستراتيجيات المدروسة والدقيقة التي تكون وفق أسس علمية، خصوصا تلك التي تقوم على مواجهة التحديات والتغلب عليها، والخروج بشكل جديد وفريد، يهتم فريق التسويق بالشركة بجميع تفاصيل بناء العملية التجارية من خلال دراسة أهداف العلامة التجارية ومن ثم بناء الاستراتيجية الأفضل للعلامة التجارية.

وصف تفصيلي للخدمات التسويقية المقدمة

- الاستشارات التسويقية المتكاملة

كون الشركة متخصصة في علم التسويق والتسويق الرقمي تقدم بخبرتها استشارات متلائمة مع وضع المشروع الحالي، لإنتاج نجاح إستراتيجي للعلامة التجارية.

- إعداد الخطط التسويقية الإستراتيجية

خطط تسويق استراتيجية شاملة وذلك لأن نجاح وتطور الشركات والمشاريع الناجحة تتطلب في تقديم هذه الخدمة في عالم التسويق وذلك، لأن البرامج التسويقية المتقدمة يتم تصميمها واطلاقها بعناية أكبر إذا كانت داخل خطة تسويقية شاملة، سواء كانت خطة يتم إعدادها من الصفر أو خطة تطويرية للشركة.

- الحملات الإعلانية التسويقية

تصميم حملات تسويقية متنوعة ومبنية على أسس علمية، بهدف تقديم أعمال مبتكرة ومبدعة تساهم في نقل الصورة والرسالة بشكل فعال للشركات المستهدفة، يتم ذلك بهدف بناء سمعة إيجابية لتلك الشركات، وذلك من خلال تطوير حملات إعلانية تسويقية تتسم بالتخطيط والإعداد الاحترافي الشامل.

- إعداد برامج إدارة العلاقة مع الزبائن

تحقيق تواصل فعال مع الشركات المستهدفة، حيث يكون التركيز على تلبية تطلعاتهم ورؤيتها، تتبنى الشركة نهجاً يهدف إلى الحفاظ على علاقات إيجابية مع زبائنهم، حيث تقوم بإعداد برامج خاصة تهدف إلى بناء علاقات ودية بينها وبين العملاء المستهدفين، ويتم توجيه جميع حملاتها وأنشطتها التسويقية نحو هذا الهدف، لضمان التفاعل المستدام والإبقاء على تلك العلاقات قائمة بشكل قوي ومستدام.

- تصميم العلامة التجارية

تقوم الشركة في بناء العلامة التجارية الخاصة في زبائنهم بشكل مميز من خلال تحديد القيم الأساسية الخاصة بها والغرض منها وتصميم شكلها بما يناسب طبيعة أعمال الشركات الناشئة والقائمة وما ينتظره منها جمهورها في فهم احتياجاته وفق الدراسات المختلفة التي تقوم بها الشركة، حتى يتم ربط العلامة التجارية المنتج والخدمة وتدير القيمة السوقية بأفضل الطرق، من خلال قرارات البرامج التسويقية التي تشرف عليها.

- التخطيط وكتابة المحتوى

إعداد خطط وبرامج لكتابة المحتوى التسويقي، باحترافية مبنية على أسس تسويقية علمية، من خلال هذه الخطط تدير الشركة عملية استراتيجية تتطلب مرونة وإبداع، بهدف إنتاج محتوى رقمي يتسم بالقوة الإقناعية والإلهام، مما يحث العملاء المستهدفين على التفاعل بطرق محددة تُعزز من أداء الأعمال التسويقية.

- خدمة التصميم الجرافيكي

تقديم خدمات التصميم الجرافيكي، حيث يعد الصوت والصورة جزءًا أساسيًا في استراتيجيات التسويق. لهذا السبب، تُقدم الشركة خدمات التصميم الجرافيكي بأسلوب إبداعي وهادف، متناغمة مع الاستشارات التي تُقدمها والتي تندرج ضمن الخطط التسويقية المُعدة خصيصًا لزيائنها. يتم تنفيذ كل خدمة بشكل متكامل، حيث يُظهر العمل النهائي توافقًا تامًا مع أفكار الزبائن بطريقة احترافية ومتقنة. يشارك محترفو التصميم والمونتاج في إبداع تصاميم مؤثرة تعكس قيمة العلامة التجارية بأمانة واحترافية.

- التصميم المرئي

تندرج هذه الخدمة ضمن نطاق خدمات التصميم الجرافيكي، حيث تضع الشركة جهودها في إنشاء فيديو هات متحركة متكاملة، يتضمن هذا التصميم عناصر مثل السيناريو التعليق الصوتي أو الموسيقى، والمشاهد التي تتناغم تمامًا مع هوية الشركات البصرية بمهنية وإتقان.

- تصميم وتطوير المواقع الإلكترونية

تؤكد الشركة على أهمية البداية القوية لأي مشروع ناجح، وترى أن الدخول إلى عالم الإنترنت يشكل خطوة حاسمة، تقدم الشركة مجموعة من المزايا للشركات والأعمال، منها إيجاد انطباعات إيجابية ومتميزة حول جودة الخدمات الإلكترونية. كما تسعى لتحسين تجربة المشتري أو مستلم الخدمة، وتعمل على تحسين أداء المؤسسة بشكل استراتيجي، مما يمنحها ميزة إلكترونية تنافسية.

- الإعلانات والحملات الممولة

تدعم الشركة حملات الإعلان المدفوعة، وتسعى إلى تحديد وتطوير استراتيجياتها بناءً على استراتيجيات تسويق متفق عليها بشكل علمي ومهني. يتم ذلك بواسطة فريق من الخبراء والمتخصصين، وتشير الشركة إلى أنها تعتمد على أسس علمية وحرفية في تقديم خدمات الإعلانات وحملات الترويج الممولة، التي يتم وصفها كالتالي: استهداف العملاء والوصول إليهم من خلال الإعلانات الممولة، ومن خلالها قياس التفاعل، ومن ثم تحديد ما إذا كان هذا الجمهور هو الأفضل أم يحتاج بعض التعديل، خصوصاً أن العملاء تتغير اتجاهاتهم من فترة لأخرى، مما يعني أن هناك متابعة دائمة ومستمرة، ولأننا مختصين لن يتم الإعلان بشكل عشوائي، الذي ما بالعادة يسبب في العديد من الخسائر منها المالية والانطباعات الاستراتيجية التي نهدف إليها في جميع أنشطتها وممارستنا التسويقية.

- تطوير حسابات مواقع التواصل الاجتماعي

تقدم الشركة خدمة تطوير منصات وسائل التواصل الاجتماعي وممارساتها لربائنها، وذلك نظراً لتوسع مجال التسويق الرقمي. حيث يُعتبر هذا العالم واسعاً، هذا يمكن للشركات تحقيق سمعة إلكترونية تتجاوز توقعاتها ودراساتها التجارية، تنفهم الشركة أن البحث عبر الإنترنت أصبح الوسيلة الرئيسية لتقييم الأعمال والتواصل مع العملاء، لا يُبحث الناس الآن فقط عن المتاجر الفعلية، بل يتجهون بسرعة نحو البحث عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل Facebook, Instagram, LinkedIn.

تتمثل أهمية تطوير حسابات وسائل التواصل الاجتماعي في تسهيل وتحسين تجربة العملاء وإبراز الوجود الرقمي بشكل فعّال من خلال إدارة وتحسين الحسابات على هذه المنصات، تسعى الشركة لتحسين التواصل مع الجمهور المستهدف وتعزيز التفاعل الإيجابي.

- تحسين محركات البحث "SEO"

اختصاص الشركة في مجال التسويق، تُقدم خدمة "تحسين محركات البحث" لربائنها بهدف تعزيز وجودهم الرقمي، تهدف هذه الخدمة إلى جعل متاجر العملاء أكثر قرباً للجمهور عبر نتائج محركات البحث، مع التركيز على تصدرها لقائمة نتائج البحث. تعد خدمة تحسين محركات البحث حيوية لجلب زيارات إلى المواقع الإلكترونية، إذ يتم التركيز على تحليل وتحسين الكلمات المفتاحية ذات الصلة بأعمال العملاء، يعمل هذا التحسين على زيادة الظهور في نتائج البحث، مما يؤدي إلى تحسين وجود العميل في أعلى النتائج.

- اعداد الابحاث التسويقية

تقدم الشركة خدمة الأبحاث التسويقية التي تهدف فيها مساعدة الشركات المستهدفة في عملية استكشاف وتحليل المعلومات لفهم احتياجات الأسواق التي يستهدفونها وتوجيه استراتيجياتها التسويقية بشكل فعال، تهدف هذه الأبحاث إلى فهم سلوك المستهلكين وتوقع اتجاهات السوق، وذلك من خلال جمع البيانات وتحليلها.

- تصميم وتطوير المتاجر الإلكترونية

تقدم الشركة خدمات شاملة في إدارة المتاجر الإلكترونية، بدءًا من استقبال الطلبات ومتابعة العملاء، وصولاً إلى إدخالها عبر نظام العمل وتطوير المنتجات لتظهر بأفضل شكل يتناسب مع جودة أعمال الشركات، مما يضمن توفير تجربة مستخدم سلسة وميسرة داخل المتجر الإلكتروني. وتقدم في هذا المجال خدماتها بالشكل التالي:

- خدمة العملاء
- متابعة الطلبات
- ادارة لوحة تحكم المتجر
- تطوير المتجر

- عملية تقديم الخدمة

- يمر العميل في الشركة في سبعة مراحل للحصول على الخدمات المتكاملة تلك، وتبدأ في:
1. جمع المعلومات: حيث يتعرض العميل إلى جلسة استشارية متكاملة يتم بها جمع المعلومات عن الشركة وعن أهداف الشركة والأهداف التسويقية التي يريد تحقيقها ومعرفة ماهية وضع التسويق لديه ولدى الشركة.
 2. دراسة وتحليل السوق: يتم معرفة الأسواق والشركات المنافسة للعميل ومقارنتها في حالة العميل والخروج بتوصيات ومعلومات حول ما سيتم فعله.
 3. تحديد الخيارات والبدائل: نعرض على العميل الخيارات المتاحة، ومناقشة جميع أبعاد وأثار كل الخيارات وإيهما أفضل له.
 4. التغذية الراجعة: يدرك العميل ماهية وضعه الحالي وتشاور معه حول جميع الخيارات ونختار الخدمة التسويقية الملائمة وفق رغباته وأهدافه.
 5. الانطلاق في بناء الخطة التسويقية: نبدأ في إعداد الخطة التسويقية الخاصة بالعمل وإعداد خطة العمل وتوضيح آلية تنفيذ الخطة.
 6. التنفيذ: تبدأ الشركة في تنفيذ خطة العمل التي قامت في تخطيطها وتنفيذها ، ويتم تحديد لقاءات مع العميل خلال فترة تنفيذ الخطة حتى يبقى على اطلاع ونبقى على تواصل فعال مع الزبون .

7. التقارير: تقوم الشركة بشكل دوري على إعداد وتزويد العملاء بتقارير تطوير أداء المشروع بهدف توضيح النتائج، ونحدد مع العميل في هذه المرحلة تحديد مدة زمنية بعد تنفيذ الخطة للتطوير والإشراف عليها بعد فترة لا تقل عن ثلاثة أشهر.

- التوزيع
- التواصل المباشر مع الزبائن في المكتب الرسمي.
- قنوات التواصل الاجتماعي.
- الموقع الإلكتروني.
- ممثل شخصي عن الشركة يتولى زيارة الشركات الأخرى لتعزيز الشراكات معهم.

- الترويج
يتم الترويج عن طريق إطلاق حملة ترويجية متكاملة، وتهيئة الموقع الإلكتروني بشكل مبتكر، باستخدام مجموعة واسعة من القنوات الإلكترونية، بما في ذلك منصات التواصل الاجتماعي.

- التسعير
تعتمد الشركة عدة استراتيجيات التسعير أهمها:
- استراتيجية الحزم - bundle strategy price.
خدمات السوشيال ميديا مثال على ذلك:

الحزمة الأولى	الحزمة الثانية	الحزمة الثالثة
● 10 بوست	● 20 بوست	● 30 بوست
● 10 تصاميم	● 20 تصميم	● 30 تصميم
● 4 ريلز	● 5 ريلز	● 6 ريلز
● إعلان ممول	● حملة إعلانية تشمل إعلانات ممولة	● خطة تسويق بالمحتوى
● 2 "جلسات استشارية"	● 3 "جلسات استشارية"	● 4 "جلسات استشارية"
● تصميم غلاف	● فيديو	● تصميم غلاف social Media
● تقرير تفاعل شهري	● تقرير تفاعل أسبوعي	● تقارير تفاعل أسبوعية + ملف نصائح لكل أسبوع
	● ملفات تعريفية للعملاء	● توثيق الحساب
	● تحديد أهداف تسويقية	● تحليل جميع المنصات المستخدمة
	● قائمة أفكار محتوى	● أجندة محتوى لجميع المناسبات العالمية لكل أشهر اسنة
500\$	800\$	1000\$

- استراتيجية التسعير حسب التكلفة

يتم تحديد أسعار الخدمات الأخرى بناءً على تكلفتها وحجم المشروع. على سبيل المثال، تتفاوت أسعار خدمات بناء موقع إلكتروني متكامل وفقاً للتكلفة وعدد الأفراد والمختصين المشاركين في الإشراف على المشروع.

- الافراد

تمتلك الشركة فريق تسويق متخصص، حيث يتضمن هذا الفريق موظفين لتطوير الأعمال ومتابعة العملاء، كذلك يتضمن الفريق حالياً موظفين متخصصين في التسجيل الصوتي والتصوير والتصميم الجرافيكي، ومطورين للأعمال، لتحقيق أهداف الشركة التسويقية بنجاح.

- المكان

مكتب 180 Degree يُعتبر مكاناً فريداً حيث يقدم خدمات في مجال الفيزياء، يقع في حي زغير. يتمتع المشروع بالدعم والتشجيع من حاضنة أعمال جامعة بوليتكنك فلسطين، حيث يُقدم استشارات في مقر الحاضنة وأيضاً عبر الإنترنت لمدن خارج فلسطين.

- الدليل المادي



7.1 تحليل القطاع

لتطوير استراتيجيات تسويقية فعّالة واتخاذ قرارات مستنيرة حول توجيه جهود وموارد الشركة نحو تحقيق النجاح في السوق. يتضمن هذا التحليل دراسة للعملاء المستهدفين وتقييم قوتهم التفاوضية، وفحص للمنافسة والشركات الرائدة في السوق، بالإضافة إلى تقييم لتوفر خدمات بديلة للخدمات التسويقية التي تقدمها الشركة ودراسة لقوة الموردين وتوفرها في الأسواق التي تعمل فيها الشركة. يهدف هذا التحليل إلى توجيه استراتيجية التسويق واتخاذ قرارات مستنيرة لتحقيق النجاح للشركة في إطار القطاع الخدماتي التسويقي في دولة فلسطين لذا تعمل الشركة في القطاع الخدماتي الذي يشكل نسبة 10% من القطاعات المتواجدة في مدينة الخليل فلسطين 5% من الخدمات التسويقية، إضافة الشركات التسويقية.

- القوة التفاوضية للمشتريين

تنخفض قوة التفاوض لدى المشتريين في فلسطين نتيجة لقلّة في عدد الشركات الموجودة ونقص التواجد البارز للشركات التسويقية المتخصصة، هذا الوضع يمنع المشتريين من القدرة على استبدال الخدمات التسويقية ببدايل أخرى، حيث إن الخدمات المتكاملة المقدمة داخل هذه الشركات لا تتوفر لدى المنافسين في فلسطين. في الوقت الحالي، يزيد حجم الطلب العالمي على خدمات التسويق، وتغيراتها أصبحت ضرورية لا يمكن تجاهلها في شركات الأعمال. يتمتع زبائن الشركة بطلب كبير لخدمات التسويق المتخصصة التي تمكنهم من تعزيز الاتصال مع الجمهور المستهدف، الذي يظهر أن حساسيتها تجاه التكلفة تعتمد على جودة الخدمات المُقدمة داخل الشركة. فالخدمات المتخصصة والمتكاملة تلعب دورًا حيويًا في تقليل حساسيتهم تجاه التغييرات في الأسعار، بالإضافة إلى ذلك، يسعى الزبائن إلى تحقيق نجاح تسويقي يسهم في بناء علامة تجارية قوية. وبالتالي، يعتبرون الجودة والتفوق أكثر أهمية بالنسبة لهم من مجرد النظر إلى العوامل المتعلقة بالسعر.

- القوة التفاوضية للموردين

لا يوجد للشركة عدد محدود من الموردين، فهي تمتلك عدد موردين بما لا يقل عن 16 مورد داخل فلسطين وخارجها في القطاع الخدماتي التسويقي مما يمكنها من الحصول على خدمات توريد ذات جودة من خلال العديد من الموردين الذي يجعل قدرتها على استبدال أيًا من الموردين قرارًا ليس صعبًا ويشكل خطرًا عليها.

- تهديد البدائل

تواجه شركات التسويق تحديات متنوعة من قبل البدائل المتاحة في سوق الأعمال، يشكل وجود شركات الدعاية والإعلان كبديل قوي، حيث تتنافس هذه الشركات في تقديم حلول إعلانية مبتكرة وجذابة. تعتمد شركات التسويق على جعل الماركات تبرز وتلفت انتباه العملاء، وتلعب شركات الدعاية والإعلان دوراً حاسماً في تحقيق هذا الهدف.

ايضاً يشكل ال freelancer "العمال المستقلين" خياراً آخر يحظى بشعبية متزايدة. يقدم ال freelancer خدمات تسويقية متخصصة بشكل فردي، مما يتيح للشركات الاستفادة من مهارات محددة دون الحاجة إلى التعاقد مع وكالة كاملة وهذا يعزز المرونة ويقلل من التكاليف.

لذلك يتعين على شركات التسويق أن تكون مبدعة ومبتكرة في استراتيجياتها للتفوق في مواجهة هذه البدائل. يمكن أن تحدث التنافسية والتميز في تقديم الخدمات وفهم تطلعات العملاء فارقاً كبيراً في هذا السياق المتنافس.

- التهديد من دخول المنافسين الجدد

بما أن مجال التسويق هو مهمة متخصصة تعتمد على أكثر من مجرد الجوانب المالية، يظهر أن هناك تحديات كبيرة لدخول منافس جديد في هذا القطاع خلال فترة زمنية قصيرة ومحدودة. يعود ذلك إلى طابع التخصص في مجال التسويق، حيث يتطلب الأمر وقتاً لاكتساب المعرفة والمهارات اللازمة لتقديم خدمات تسويق بشكل متميز. وهذا يعكس تأكيداً على أهمية التخصص والمعرفة الفنية، وليس فقط على القدرة المالية.

إضافة إلى ذلك، تمتلك الشركة عددًا كافيًا من الموردين، مما يمكنها من وضع أسعار تنافسية. هذا يعني أن الزبائن الجدد يواجهون صعوبة في تحقيق فوائد تكلفة أو ميزات مالية، نظرًا لأن هناك عوامل رئيسية تحقق شرط الميزة، مثل استخدام التكنولوجيا داخل الشركة، وهي أمور تتطلب خبرة تخصصية. بالإضافة إلى ذلك، يتطلب التفوق في إنتاج الخدمات والعمليات مهارات تسويق متخصصة.

بعد إجراء مقابلة مع غرفة التجارة ومحافظة الخليل، تم التأكيد على وجود عدة شركات تسويق داخل مدينة الخليل تُصنف ضمن فئة الأسواق السوداء، نظرًا لعدم تسجيلها بشكل رسمي في غرفة التجارة ووزارة الاقتصاد. تتفاوت جودة الخدمات التسويقية المتخصصة التي تقدمها هذه الشركات عن جودة الخدمات المقدمة من قبل المنافسين. يُشار إلى أن المنافسين الذين تم الإشارة إليهم يركزون على إنتاج خدمات تسويق تعتمد بشكل أساسي على التصميم الجرافيكي، إنتاج الفيديو والموشن جرافيك، والاعلانات الممولة.

وتعتبر هذه التفرقة في التخصصات والخدمات المُقدمة سببًا في اتساع الفارق في جودة ونطاق الخدمات بين الشركة المذكورة والمنافسين، فعلى سبيل المثال، يتيح التركيز الحصري على الإعلانات الممولة للشركة تحقيق تفوق في جودة وكمية الخدمات المتنوعة المُقدمة، وهذا يعني أنها تستثمر بشكل رئيسي في التسويق من خلال الإعلانات المدفوعة، مما يجعلها تتحمل التكلفة البديلة بناءً على اختيارها في تقديم هذا النوع الخاص من الخدمات فقط.

Swot analysis

نقاط القوة	الفرص
<ul style="list-style-type: none"> - فريق من الخبراء والمختصين في مجال التسويق والتسويق الرقمي يعمل وفق أسس علمية. - شبكة علاقات كبيرة. - فهم حاجات واحتياجات الزبائن بشكل دقيق. - وجود حزمة خدمات متنوعة في التسويق من خلال الكفاءات التسويقية. 	<ul style="list-style-type: none"> - نقص في خبرة الشركات المتواجدة في السوق - ممارسات تسويقية عشوائية "دون وجود خطط تسويقية مستندة على بحث تسويقي وتحليل بيئي". - قلة وجود شركات متخصصة في التسويق بشكل شمولي. - ارتفاع النشاط الاستهلاكي للتسويق في فلسطين. - تواجد شركات تقدم خدمات تسويقية في القطاع الخدماتي بنسبة 5% فقط.

نقاط الضعف	التحديات
<ul style="list-style-type: none"> - محدودية القدرات المالية. - شركة ناشئة لا تزال في مرحلة بناء العلامة التجارية. 	<ul style="list-style-type: none"> - توجه شركات الأعمال الى المؤثرين والاعتماد عليهم في الإعلان عن منتجاتهم. - الثقافة التقليدية عند بعض الشركات تغفل دور التسويق وأنشطته. - سوء فهم مفهوم التسويق وجود منافسين.

العوامل الخارجية

تحليل العوامل الخارجية هو عملية أساسية في مجال إدارة الأعمال واستراتيجية الأعمال، يهدف هذا النوع من التحليل إلى فهم وتقييم العوامل والمتغيرات الخارجية التي يمكن أن تؤثر على أداء منظمة أو شركة، تُعتبر هذه العوامل عادةً عناصر غير قابلة للتحكم من قبل المنظمة ذاتها وتشمل مجموعة متنوعة من الجوانب، مثل البيئة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتكنولوجية والبيئية.

تؤثر العوامل الخارجية بشكل كبير على شركات التسويق الإلكتروني التقلبات في التكنولوجيا، الظروف الاقتصادية، التغيرات الاجتماعية، التشريعات، التحولات في الهيكل الديموغرافي، المنافسة، والأحداث العالمية تلعب دورًا حاسمًا في تحديد استراتيجيات التسويق الرقمي، يجب على الشركات أن تكون حذرة ومتكيفة مع هذه العوامل لتحقيق النجاح وتحقيق أهدافها في بيئة متغيرة باستمرار.

العوامل الاجتماعية / الثقافية

تواجه شركات التسويق الإلكتروني في فلسطين تحديات كبيرة مرتبطة بالعوامل الاجتماعية والثقافية المتنوعة، يعتبر التنوع الثقافي في المجتمع الفلسطيني عاملاً حاسماً يؤثر في استراتيجيات التسويق، حيث تسعى الشركات لفهم احتياجات وتفضيلات جمهورها المتنوع، يأتي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمرشد أساسي لاتجاهات التسويق وتأثير الرأي العام.

تتطلب هذه التحديات من الشركات أن تكون متأقلمة مع التحول الرقمي واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كجزء لا يتجزأ من حملاتها التسويقية، يجب على الشركات أن تأخذ في اعتبارها القيم والتقاليد الاجتماعية للمجتمع الفلسطيني، حيث يمكن أن يؤثر احترام هذه العوامل في استجابة المستهلكين وبناء علاقات قوية.

تتأثر الشركات أيضًا بالتحديات الاقتصادية والاجتماعية، حيث يجب عليها الابتكار في تقديم حلول تسويقية تتناسب مع الوضع الاقتصادي والاجتماعي للمستهلكين. ببساطة، يتعين على شركات التسويق الإلكتروني في فلسطين أن تكون حساسة للتحويلات الاجتماعية والثقافية، وأن تتبنى استراتيجيات تسويقية ملائمة تعكس تلك التغيرات وتلبي توقعات واحتياجات جمهورها المتنوع.

- العوامل الاقتصادية

تُولي الشركات اهتمامًا كبيرًا للامتثال للقوانين الصادرة عن الوزارة والهيئات ذات الصلة، وتُعتبر نسبة الضريبة من بين العوامل الرئيسية التي يُوليها المستثمرون اهتمامًا في مختلف القطاعات. يُطبق النظام الضريبي الفلسطيني ضرائب مباشرة مثل ضريبة الدخل وضريبة الأملاك، وضرائب غير مباشرة مثل ضريبة القيمة المضافة بنسبة 16%. تتوقع التوقعات الاقتصادية لعام 2023 تباطؤ النمو بسبب عدم اليقين المالي وزيادة معدلات التضخم، مع تحسن طفيف في معدلات البطالة وسيناريوهات متفاوتة تؤثر على الأداء الاقتصادي.

تساهم الحلول التسويقية في تحسين الوضع الاقتصادي للشركات من خلال زيادة المبيعات وتقليل التكاليف. تعزز هذه الحلول الكفاءة التشغيلية وتبني علاقات قوية مع العملاء، مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات وتعزيز ولاء العملاء. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للحلول التسويقية أن تسهم في نمو الاقتصاد، إيجاد فرص عمل جديدة، وتعزيز التنافسية في السوق. الاستفادة من استراتيجيات التسويق الرقمي والتحليلات التسويقية يمكن أن تكون ذات أثر كبير في تعزيز أداء الشركات وتحفيز نمو الاقتصاد بشكل عام.

- العوامل التكنولوجية

تأثير تكنولوجيا المعلومات على شركات التسويق يظهر في توفير فرص وتحديات جديدة، يُظهر تحليل البيانات تحسين استهداف الجمهور وتقديم تجارب شخصية، بينما وسائل التواصل الاجتماعي والحملات الرقمية تفتح أفقًا للتسويق الرقمي. تقنيات الواقع الافتراضي تزيد تفاعل العملاء، وتظهر تحديات مثل زيادة الضوضاء الرقمية وفقدان وظائف بسبب الذكاء الاصطناعي. يجب على الشركات التسويقية التكيف بفاعلية وتوظيف استراتيجيات مستدامة. في فلسطين، تعتبر التكنولوجيا جزءًا حيويًا في عمليات التسويق، حيث تعزز الإبداع وتعزز التنافسية. التواصل مع العملاء عبر الهواتف الذكية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتحليل البياني يسهم في تحقيق استراتيجيات تسويق فعّالة.

- العوامل البيئية

تؤثر العديد من العوامل البيئية على شركات التسويق الإلكتروني، بما في ذلك التغيرات في سلوك واهتمامات العملاء، والتوجه نحو الاستدامة البيئية. تشمل هذه العوامل التشريعات البيئية والضغط الاجتماعي، مما يؤثر على استراتيجيات التسويق. الترويج للمنتجات في الوقت المناسب يعتبر أيضًا عاملاً حيوياً، حيث يمكن أن يؤدي الإعلان عن منتجات صيفية في فصل الشتاء إلى فشل الحملة الإعلانية. تزيد الوعي بالقضايا البيئية والاجتماعية من الطلب على الخدمات المستدامة. يلعب توفر الموارد الطبيعية المستدامة دوراً في تطوير الخدمات البيئية وتسويقها، بينما يمكن أن تؤثر الكوارث البيئية على البنية التحتية وتطلب جهوداً إضافية لإعادة بنائها. استخدام مصادر الطاقة البديلة وإعادة التدوير يساهم في تحسين سمعة الشركة وجذب العملاء المهتمين بها بالمسؤولية البيئية.

- العوامل السياسية

تشمل العوامل السياسية التي تؤثر على شركات التسويق الإلكتروني في فلسطين التشريعات الحكومية المتعلقة بالإنترنت وحماية البيانات، وكذلك التوترات السياسية والعلاقات الدولية. القوانين تحدد متطلبات الامتثال للشركات، بينما يعزز الاستقرار السياسي فرص الاستثمار ونجاح الشركات. العلاقات الدولية تفتح آفاقاً جديدة للتعاون والتجارة، وتؤثر حالة العلاقات في فلسطين على نمو وتوسع شركات التسويق الإلكتروني.

من أبرز التحديات التي يواجهها الشعب الفلسطيني الاحتلال الإسرائيلي، حيث تعرقل القيود الإسرائيلية الوصول إلى الموارد وفرص الاستثمار، كما يعتمد الاقتصاد الفلسطيني بشكل كبير على إسرائيل بما يتعلق بالسياسة النقدية، وفي توفيرها المصادر للمدخلات الفلسطينية، باعتبارها سوقاً للتصدير. وقد أدت هذه القيود إلى تشوهات في البنية الهيكلية الاقتصادية وما رافقها من ضعف في القطاعات الإنتاجية ومن ضمنها التصنيع وهيمنة قطاع الخدمات. بالإضافة إلى تحكمها في المعابر الحدودية والائيرادات الجمركية، وتدفق التجارة

وعلى الرغم من هذه التحديات فإن فلسطين تسعى إلى إيجاد بدائل من أجل التغلب على محدودية الموارد الطبيعية عن طريق الاستخدام الأمثل والمنتج للابتكار، والتخفيف من تأثير عدم الاستقرار السياسي من خلال التسويق الكفؤ للفرص الاستثمارية المتاحة في السوق المحلي. "وزارة الاقتصاد الفلسطيني"

الفصل الثاني

- 1.2 مقدمة ونبذة عن الموقع.
- 2.2 أهداف الموقع الإلكتروني.
- 3.2 أهمية الموقع الإلكتروني.
- 4.2 الحاجة السوقية التي يغطيها الموقع.
- 5.2 مقومات نجاح الموقع الإلكتروني.
- 6.2 شرح للخطوات المتبعة في التحضير والحجز للموقع بشكل الكتروني.
- 7.2 نوع الموقع المخطط العمل عليه.
- 8.2 مبررات استخدام مساحة الحجز.
- 9.2 اسم النطاق ومبررات اختياره.
- 10.2 شرح الاسم والشعار.
- 11.2 استراتيجية Social Media الداعمة للموقع.

Website QR



1.2 مقدمة ونبذة عن الموقع

- مقدمة عن الموقع

في زمن التطور الرقمي والتقدم التكنولوجي السريع، أصبحت استراتيجيات التسويق أمرًا حيويًا لاستدامة الشركات والأعمال في جميع القطاعات، يعتمد النجاح في هذا المجال على فهم دقيق للسوق والجمهور المستهدف، بالإضافة إلى القدرة على تطبيق استراتيجيات فعّالة للتواصل معهم وتحقيق أهداف العمل. ومن هنا، يأتي دور المنصات التي تقدم الخدمات والاستشارات التسويقية للشركات، حيث تسهم بشكل كبير في تحقيق نجاحها وتحقيق أهدافها التسويقية.

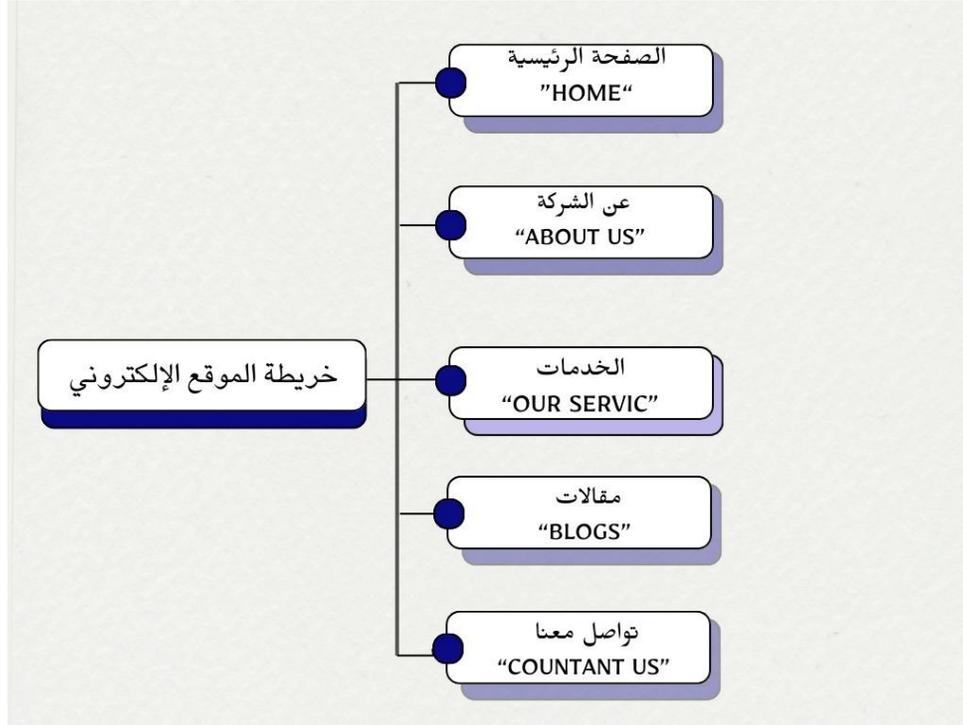
- نبذة عن الموقع

تتبنى شركة 180 Degree رؤية واسعة لتكون الوجهة الرئيسية للشركات ورواد الأعمال الذين يبحثون عن حلول تسويقية شاملة ومتخصصة، يوفر موقعنا مجموعة متنوعة من الخدمات والاستشارات التسويقية التي تغطي جميع جوانب التسويق، سواء الرقمي أو التقليدي.

بفضل فريقنا المتخصص وذو الخبرة، نسعى جاهدين لتقديم حلول متميزة وفعّالة تلبي احتياجات كل عميل بشكل فردي، سواء كنت تسعى لتطوير استراتيجيات تسويقية مبتكرة، أو تعزيز تواجدك عبر وسائل التواصل الاجتماعي، أو زيادة مبيعاتك عبر الإنترنت، فإننا هنا لمساعدتك على تحقيق أهدافك بكفاءة وفعالية.

تتضمن خدماتنا على سبيل المثال، تحليل السوق والجمهور المستهدف لتوجيهك نحو الاستراتيجيات الأمثل، كما نقوم بوضع استراتيجيات تسويقية متنوعة تتضمن الرقمي والتقليدي، بالإضافة إلى إدارة حملات الإعلان عبر الإنترنت لزيادة تواجدك الرقمي، نسعى أيضًا لتحسين محركات البحث (SEO) وإنشاء محتوى جذاب لجذب الجمهور المستهدف، ولا ننسى دور إدارة وتحليل البيانات والتقارير في تحسين الأداء واتخاذ القرارات الاستراتيجية الصائبة.

Site Map



2.2 أهداف الموقع الإلكتروني

- تمكين الشركة من تقديم باقة متكاملة من خدماتها التسويقية، بهدف توفير تجربة فريدة وشاملة متمسة بالابتكار والإبداع. وتتجاوز هذه التجربة الفريدة الحدود التقليدية للخدمات التسويقية التي تقدمها الشركة، ومن الخدمات التي تقدمها الشركة ويتم عرضها في الموقع.
- تسعى الشركة من خلال الموقع الذي سيتم عمله لها إلى رفع مستوى الخدمات التسويقية التي تقدمها الشركة وتحقيق نجاح باهر في مجال التسويق.
- تصميمه وبناءه بطريقة تعزز تجربة المستخدم والتي تجعل العمليات التسويقية أكثر كفاءة وفعالية.
- توفير نموذج للتواصل ونموذج لطلب الخدمات على الموقع.

3.2 أهمية الموقع الإلكتروني

يُعتبر الموقع الإلكتروني واجهة الشركة الرقمية، حيث يمثل وجودها ونشاطها على الإنترنت، مما يتيح للشركة عرض خدماتها ونجاحاتها وخبرتها في مجال التسويق. كما يُمكن الموقع الإلكتروني للشركة الوصول إلى جمهور عالمي، مما يزيد من فرص العثور على عملاء جدد وتوسيع نطاق العمل والنمو في السوق العالمية. بالإضافة إلى ذلك، يُسهّل الموقع عملية التواصل بين العملاء والشركة، حيث يمكنهم من التواصل بسهولة لطلب الخدمات أو الحصول على معلومات إضافية أو التواصل مع فريق الدعم. ويُلبّح الموقع الإلكتروني دورًا هامًا في بناء العلامة التجارية للشركة، ويعزز الثقة والمصداقية في عيون العملاء. ويمكن للشركة استخدام موقعها لتحليل بيانات الزوار وقياس أداء الحملات التسويقية، مما يمكنها من اتخاذ قرارات استراتيجية أكثر فعالية وتحقيق نتائج أفضل.

4.2 الحاجة السوقية التي يغطيها الموقع

موقع يقدم خدمات واستشارات تسويقية يسعى لتلبية مجموعة واسعة من الحاجات السوقية لعملائه. يقدم الموقع خدمات متعددة تشمل التسويق الرقمي، بما في ذلك تصميم مواقع الويب، وإدارة حملات الإعلانات عبر الإنترنت، وتحسين محركات البحث، وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، يقدم الموقع خدمات في بناء العلامة التجارية، مثل تصميم الشعارات والهويات البصرية والمواد التسويقية. كما يقدم استشارات تسويقية مخصصة تتضمن تطوير وتنفيذ استراتيجيات تسويقية متكاملة. ويتضمن نطاق خدمات الموقع أيضًا التسويق الإبداعي، بما في ذلك تصميم الإعلانات وإنتاج المحتوى الإبداعي، فضلاً عن تحليل البيانات وتقديم التقارير الدورية لقياس أداء الحملات التسويقية واتخاذ القرارات الاستراتيجية المستقبلية. بفضل فريقه المتخصص والمتميز، يسعى الموقع إلى تقديم حلول مبتكرة وفعالة للعملاء ومساعدتهم في تحقيق أهدافهم التسويقية بنجاح.

5.2 مقومات نجاح الموقع الإلكتروني

1. التصميم

تصميم متجاوب وجذاب يتيح سهولة الوصول إلى الموقع على مختلف الأجهزة، بما في ذلك الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية، مما يضمن تجربة مستخدم سلسة ومرضية لكافة الزوار.

2. المحتوى

يقدم الموقع محتوى فريد ومميز يتسم بالجودة العالية والفائدة للزوار، حيث يعكس خبرة الشركة الواسعة في مجال التسويق، ويعمل المحتوى بشكل فعال مع محركات البحث "SEO" من خلال استخدام الكلمات الرئيسية المناسبة وبناء روابط واقعية.

3. تجربة مستخدم

يتميز الموقع بسهولة الاستخدام وسرعة التحميل، مع واجهة مستخدم فعالة ومنظمة بشكل جيد لتوجيه الزوار إلى المعلومات التي يبحثون عنها.

4. استخدام التحليلات

يوفر الموقع أدوات تحليل الويب مثل Google Analytics لتتبع أداء الموقع وفهم سلوك الزوار بشكل أفضل، وهذا يساعد في اتخاذ القرارات الاستراتيجية الصائبة لتحسين تجربة المستخدم وتحقيق أهداف العمل.

5. دعم العملاء

يتم توفير معلومات الاتصال بالشركة بطريقة واضحة وسهلة الوصول على الموقع، بما في ذلك البريد الإلكتروني ورقم الهاتف، لسهولة التواصل مع الزوار. كما يقدم الموقع دعمًا فعالًا للعملاء من خلال الدردشة المباشرة، لحل مشاكلهم بسرعة وفعالية.

6. استخدام التكنولوجيا الحديثة

تم بناء الموقع باستخدام التكنولوجيا الحديثة والأدوات الأمنية لضمان الأداء الجيد وحماية بيانات العملاء من التهديدات الأمنية المحتملة.

6.2 شرح للخطوات المتبعة في التحضير والحجز للموقع بشكل الكتروني

1. البحث عن اسم النطاق: تم البحث عن اسم النطاق "Degree 180" وهو اسم الشركة والتأكد من توفره للحجز.

2. حجز المساحة (الاستضافة): بعد اختيار اسم النطاق، تم حجز المساحة في شركة Ethernet Servers.

3. الاشتراك والحجز والدفع: تمت تعبئة البيانات المطلوبة والاشتراك في خدمة الاستضافة وتحديد الخطة المناسبة وإجراء عملية الدفع.

4. حجز اسم النطاق: بعد ذلك، تم حجز اسم النطاق عن طريق شركة حجز النطاق واستخدام شركة netaqe.ps وتم التأكد من توفر النطاق فيها.

5. ربط المساحة بالنطاق: تم ربط المساحة (الاستضافة) بالنطاق عن طريق إعداد عناوين الـ IP التي تم الحصول عليها من شركة الاستضافة وتعديل إعدادات النطاق لتشير إلى هذه العناوين.

6. تأكيد الحجز والاستعداد للعمل: بعد ان قمنا بالخطوات السابقة بنجاح، تم تأكيد الحجز والاستعداد للبدء في إنشاء الموقع وتطويره ونشره على الإنترنت.

7.2 نوع الموقع المخطط العمل عليه

تم اعتماد تصنيف الموقع على أساس نظام إدارة المحتوى (CMS) بسبب ميزاته العديدة، منها:

- إمكانية التطوير والإضافة والحذف
يسمح لإضافة وحذف المستخدمين والمواقع بسهولة، ويتطلب تحديثات دورية لتلبية احتياجات الموقع الديناميكية.

- التعاون والتطوير

يمكن لأعضاء الفريق القيام بعمليات التطوير والتحديث على الموقع والوصول إلى مختلف جوانبه.

- تحسين خدمة العملاء

يُمكن تقديم خدمات محسنة للعملاء، مثل الدردشات الحية ونماذج الاتصال، لمعالجة المشكلات التي تواجه المستخدمين.

- تحسين محركات البحث

يساعد في تحسين تتبع المستخدمين واقتراح الكلمات الرئيسية المناسبة لجعل المحتوى أكثر ظهورًا على محركات البحث.

- التحكم في عرض الموقع

يسمح بالتحكم في طريقة عرض الموقع من خلال نظام القوالب والمناطق، مما يوفر خيارات متعددة لعرض المحتوى.

- دعم عدة مستخدمين

يُتيح لعدة مستخدمين العمل على الموقع بغض النظر عن مكان وجودهم أو عدد الأماكن التي يتم التعديل عليها.

8.2 مبررات استخدام مساحة الحجز

تم البحث عن أفضل شركات الاستضافة التي تقدم الجودة والسعر الأفضل، وبعد عملية البحث تم اختيار شركة "Ethernetservers" كونها من الشركات الرائدة في هذا المجال وبالأخص في العروض التي تقدمها وفي مواصفات الاستضافة ذات الجودة العالية، بالإضافة إلى تجربتها المسبقة، وبناءً على ذلك، يمكن اعتبارها الخيار الأفضل.

9.2 اسم النطاق ومبررات اختياره

اسم النطاق

تم اختيار اسم الموقع 180 Degree لأنه يرمز إلى تحول كامل أو تغيير جذري في المشاريع التي سنقدم خدماتنا التسويقية لها، حيث سنعمل على تحسينها وتطويرها بشكل شامل، مما يعني تحسينها بنسبة 180 درجة نحو الأفضل، حيث يرمز الرقم 180 إلى التحول الكامل أو الدوران بزاوية كاملة، مما يعكس روح التحول والتحسين المستمر في العمل.

مبررات الاختيار

- تأكيد على التطور والتقدم: يعكس الاسم رؤية الشركة للتطور والتقدم في مجال خدمات التسويق، وتحويل الاستراتيجيات التسويقية والمشاريع بشكل جذري نحو الأفضل.
- سهولة التذكر والتميز: مما يسهل على العملاء والزوار تذكره والعثور عليه بسهولة عند البحث عن خدمات التسويق عبر الإنترنت.
- الربط بالمفهوم الرئيسي للشركة: يرتبط اسم الموقع بالمفهوم الرئيسي للشركة ورسالتها، حيث يعبر عن التزامها بتحويل الأعمال والمشاريع للأفضل من خلال استراتيجيات التسويق المبتكرة.

10.2 شرح الاسم والشعار



- "180 Degree" يرمز إلى التغيير الجذري أو الدوران الكامل، مما يعني أن الشركة تسعى لتوفير حلول تسويقية شاملة وشاملة تغطي جميع جوانب التسويق للعملاء.
- التسمية تعكس رؤية الشركة بتحويل الأعمال بشكل أفضل نحو 180 درجة من التغيير الإيجابي، مما يشير إلى التزامها بتقديم حلول تسويقية مبتكرة وشاملة تساعد العملاء على تحسين أدائهم بشكل جذري.

شعار الشركة

- اللوجو يتكون من الرقم "180" بحيث يأتي الصفر بزواوية على شكل منقطة تمثل الدوران أو التغيير.
- تحت الرقم، يوجد الكلمة "Degree" للتأكيد على التفوق والاحترافية.

الألوان

- النيلي والأخضر هما الألوان المستخدمة.
- اللون النيلي يرمز إلى الثقة والاستقرار، مما يعكس مصداقية الشركة في تقديم خدماتها.
- اللون الأخضر يرمز إلى النمو والحيوية والابتكار، مما يعكس رؤية الشركة في تقديم حلول تسويقية تساهم في تحويل الأعمال بشكل جذري نحو النمو والتطور.

11.2 استراتيجية Social Media الداعمة للموقع

المنصات التي نتواجد عليها:

Instagram, Facebook, LinkedIn

الهدف الأساسي لبناء خطة محتوى لمنصات التواصل الاجتماعي هو بناء الوعي بالعلامة التجارية، وتعريف الجمهور بالمعنى الحقيقي للتسويق.

Facebook



سنستخدم منصة الفيس بوك بسبب القدرة على الوجود الواسع والوصول الشامل للجمهور الواسع، كذلك القدرة على التواصل الفعال مع العملاء بشكل مباشر والقدرة على تحديد فئة العملاء من خلال الإعلانات الممولة.

Instagram



سنستخدم هذه المنصة لأنها تتيح للشركات إنشاء محتوى بصري جذاب ومبتكر والتفاعل مع الجمهور بشكل مباشر وممتع. وتعتبر منصة تواصل اجتماعي يتم النشر على الصور الجذابة والفيديوهات القصيرة (Reels) يتفاعل الجمهور من خلالها، وتتيح المنصة إلى بناء علاقات تفاعلية مع الجمهور.

LinkedIn

سنستخدم هذه المنصة لأن لينكد ان يعتبر منصة تواصل اجتماعي مخصصة للمهنيين والأعمال، بحيث تمكن الشركة الوصول الى قاعدة بيانات ضخمة من المحترفين وصناع القرار وبناء علاقات تجارية وقوية ومؤثرة، ويمكن استهداف الإعلانات بشكل دقيق بناءً على معلومات وظيفية واحترافية، مما يزيد من فعالية الحملات التسويقية ويساهم في تحقيق أهداف الشركة.

- نوع المحتوى الذي سيتم عرضه على كل منصة

Facebook

1. الأخبار المتعلقة بالشركة.
2. نصائح وإرشادات تتعلق بالتسويق وتحسين العلامة التجارية للشركات.
3. منشورات تصويرية ومرئية تعكس الخدمات والأعمال التي تقدمها الشركة.
4. مشاركة تجارب العملاء مع الشركة.

Instagram

1. سيتم نشر الصور الإبداعية والجذابة التي تعكس الخدمات والأعمال التي تقوم بها الشركة.
2. فيديوهات قصيرة Reels التي تعرض معلومات وتوضح فكرة التسويق.
3. نشر stories عن الأعمال التي تقوم بها الشركة وراء الكواليس او الأعمال التي يتم التحضير لها.

LinkedIn

1. مشاركة مقالات مفيدة ومدونات تتعلق بالتسويق والإعلان والاتصالات الاجتماعية.
2. مشاركة حالات نجاحها ودراسات قياسية في مجال التسويق والإعلان لإظهار خبرتها وكفاءتها في هذا المجال.
3. المشاركة في مناقشات المجموعات والمنتديات ذات الصلة لبناء العلاقات وزيادة التفاعل.
4. الترويج لخدماتها وعروضها التسويقية وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.

Measurement –KPI, s

معايير قياس الأداء لكل منصة:

Facebook

- عدد الإعجابات على الصفحة.
- عدد المشاهدات
- نسبة التفاعل "الإعجاب، التعليق، النشر"
- عدد الأشخاص الذين قاموا بزيارة الموقع الإلكتروني الخاص بنا
- عدد الأشخاص الذين قاموا باستخدام الموقع.

Instagram

- عدد المتابعين
- نسبة التفاعل "الإعجاب، التعليق، النشر"

LinkedIn

- عدد المرات التي ظهرت بها المنشورات والإعلانات للأشخاص.
- نسبة التفاعل "الإعجاب، التعليق، النشر"
- عدد المتابعين الجدد
- عدد متابعينا مقارنة بعدد متابعي المنافسين.
- عدد الزائرين الجدد.
- معلومات ديموغرافية عن الزوار الجدد والمتابعين.

الفصل الثالث

- 1.3 المقدمة.
- 2.3 أهداف الحملة الترويجية.
- 3.3 الرسالة الترويجية.
- 4.3 قنوات الاتصال التسويقي.
- 5.3 خطة الاتصالات التسويقية المتكاملة "خطة الترويج".
- 6.3 ميزانية الحملة الإعلانية والموقع الإلكتروني.

الحملة الترويجية

1.3 مقدمة

في عصر التقدم التكنولوجي، تصبح استراتيجيات التسويق أكثر أهمية واحتياج من أي وقت مضى لإنجاح الشركات. تهدف حملتنا الترويجية إلى إطلاق شركة خدمات تسويقية شاملة باستخدام التقنيات الحديثة في تحقيق النجاح والتنافسية. لتمكين الشركات الفلسطينية من الاستفادة من الأدوات والتقنيات الحديثة لتحقيق أهدافها والتفوق في السوق المتغير بسرعة.

2.3 أهداف الحملة الترويجية

- زيادة الوعي بالعلامة التجارية عبر تعريف الجمهور بالشركة وخدماتها المبتكرة، وتعزيز سمعتها من خلال تقديم خدمات عالية الجودة وبناء علاقات إيجابية مع العملاء.
- جذب انتباه العملاء المحتملين وتشجيعهم على التفاعل مع المحتوى، بزيادة عدد المتابعين والمشاركين وبناء قاعدة بيانات قوية، وزيادة الوعي بالشركة وتعزيز التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء بخلق تجربة إيجابية وبناء علاقات طويلة الأمد للحصول على ولاء الزبائن.

3.3 الرسالة الترويجية

تتمحور رسالتنا حول تقديم حلول تسويقية مبتكرة وفعالة وابداعية لجميع أحجام الشركات والقطاعات، من خلال فريق متخصص واستراتيجيات مخصصة تلبي احتياجات كل عميل. "نحن هنا، نجسد الابتكار والإبداع في عالم التسويق، نعمل بجد لنقدم حلولاً تسويقية مبتكرة تحقق نتائج ملموسة وقابلة للقياس، من خلال فهم عميق لاحتياجات عملائنا، نقدم خدمات مخصصة لاحتياجات كل زبون ومبتكرة تفوق التوقعات، نفتخر بقدرتنا على استهداف الجمهور المناسب بدقة فائقة، مما يساعد عملائنا على تحقيق أهدافهم بنجاح، لن تكون تجربة التسويق مجرد عملية، بل ستكون رحلة ممتعة ومبتكرة نشارككم فيها كل خطوة من الطريق وملهم في عالم التسويق.

4.3 قنوات الاتصال التسويقي

قنوات الاتصال التسويقي تنقسم إلى قنوات رقمية وقنوات تقليدية 1. قنوات رقمية (Digital Media Channels & Tools)

- مواقع التواصل الاجتماعي Facebook, Instagram, LinkedIn.
- البريد الإلكتروني والنشرات الإخبارية، استخدام حملات البريد الإلكتروني للترويج للخدمات وإرسال المحتوى القيم والعروض الخاصة إلى العملاء المحتملين والحاليين.
- محتوى المدونات والمقالات على المواقع الإلكترونية.
- تطبيقات الهواتف الذكية.
- البحث المدفوع باستخدام إعلانات البحث المدفوعة وتشجيع النقر.
- استخدام SEO لتحسين موقع الويب الخاص بالشركة لزيادة ظهوره في نتائج محركات البحث باستخدام الكلمات الرئيسية ذات الصلة بالخدمات التي نقدمها، إنشاء محتوى متميز يستهدف هذه الكلمات الرئيسية، تحسين هيكل الموقع وسرعته، وتحسين الروابط الداخلية والخارجية.
- التسويق بالمحتوى باستخدام المحتوى المفيد والقيم مثل الفيديوهات التعليمية، النشرات الإخبارية، والتقارير الإحصائية كوسيلة لجذب والتفاعل مع العملاء المحتملين.

2. قنوات تقليدية (Traditional Media Channels)

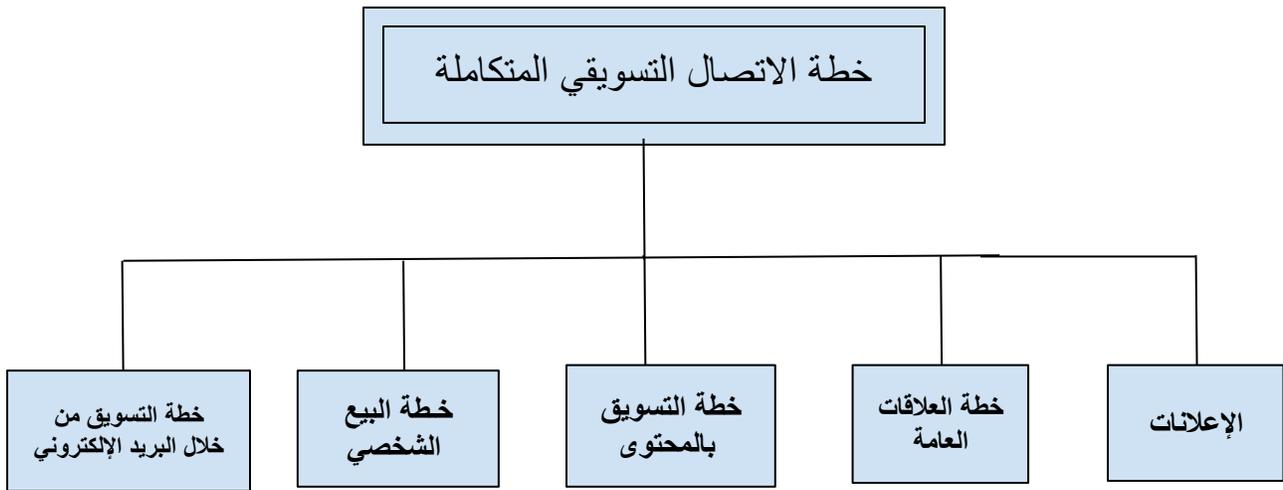
- التلفزيون والإذاعة، الصحف والمجلات.
- المطبوعات الترويجية مثل البروشورات والملصقات.
- الإعلانات في المواقع العامة والمرافق التجارية، مثل: لافتات الشوارع والمترو.
- المشاركة في المعارض والفعاليات الصناعية والتجارية.
- فعاليات علاقات عامة وورشات عمل بهدف بناء علاقات إيجابية مع العملاء والجمهور المستهدف وعمل مؤتمرات، وندوات، وورش عمل.

5.3 خطة الاتصالات التسويقية المتكاملة "خطة الترويج"

تعد الاتصالات التسويقية أداة حيوية في عالم الأعمال اليوم، حيث تشمل مجموعة من الأنشطة والوسائل التي تستخدمها الشركات للتفاعل مع عملائها الحاليين والمحتملين. تهدف هذه الأنشطة إلى الترويج للمنتجات والخدمات، وتعزيز العلامة التجارية، وبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء. تشمل الاتصالات التسويقية أشكالاً متعددة مثل الإعلان، والعلاقات العامة، والترويج الشخصي، والتسويق المباشر، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق الإلكتروني. مع التطور التكنولوجي وظهور الإنترنت، أصبحت الشركات بحاجة إلى استراتيجيات مبتكرة للوصول إلى العملاء بطرق أكثر فعالية وجاذبية.

بعد دراسة شاملة للسوق وفهم عميق لاحتياجات وتوقعات العملاء، قمنا بتطوير مجموعة متكاملة من الخطط التي تستهدف تعزيز مكانتنا في السوق وزيادة الوعي بمنتجاتنا وخدماتنا. تتضمن خطتنا العديد من الجوانب المهمة مثل خطة العلاقات العامة التي تسعى لبناء صورة إيجابية لشركتنا في وسائل الإعلام والجمهور، وخطة البيع الشخصي التي تهدف إلى تواصل فعال مع العملاء، وخطة المحتوى التسويقي التي تعمل على بناء تفاعل إيجابي مع العلامة التجارية عبر منصات التواصل الاجتماعي، وخطة التسويق عبر البريد الإلكتروني لتوصيل رسائل مخصصة وفعالة. من خلال دمج جميع عناصر الاتصالات التسويقية في استراتيجية متكاملة، يمكن للشركات تعزيز تواجدها في السوق، وزيادة ولاء العملاء، وتحقيق أهدافها التجارية.

نحن ملتزمون بتنفيذ هذه الخطط بشكل متكامل وتناغم، ونسعى جاهدين لتقديم تجربة استثنائية لعملائنا وتعزيز مكانتنا كشركة رائدة في مجال الحلول التسويقية. شركة 180 Degree مستعدة للمضي قدماً نحو تحقيق أهدافنا التسويقية وبناء علاقات طويلة الأمد مع عملائنا.



- إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي

الإعلان الأول

في البداية، قمنا بإعداد فيديو تشويقي ونشره على مواقع التواصل الاجتماعي للإعلان عن الشركة.

Video QR



الإعلان الثاني



الهدف

- إبراز الدور الوسيط: يُظهر الإعلان أن شركتنا تعمل كجسر يصل بين الشركات وعملائها المستهدفين، مما يسهل التواصل ويعزز العلاقات التجارية.
- تسهيل الوصول: التأكيد على أن خدماتنا تُسهل الوصول إلى العملاء المستهدفين بسرعة وفعالية.
- تعزيز الشراكة: توضيح أن شركتنا هي الشريك المثالي لتحقيق نمو الأعمال وتوسيع قاعدة العملاء.

الرسالة

نُقرّب المسافة بينك وبين عملائك. مع خدماتنا التسويقية، قفزة واحدة تكفي للوصول إلى عملائك المستهدفين. طريقك للوصول يبدأ هنا.

شرح الصورة

- الجسر: يرمز إلى الربط بين الشركات والعملاء.
 - القفزة: تمثل الانتقال السريع والفعال بفضل خدماتكم.
 - لوجو الشركة: يعزز العلامة التجارية ويوضح دورها كوسيط.
- القنوات التي سيتم نشر الإعلان عليها

- LinkedIn، Facebook، Instagram

Hashtags

#نجاح-أعمالك #تواصل-فعال #نقرب-المسافة #الوصول-للعلاء #شركتنا-دليلك #تسويق-رقمي
#شركاء-النجاح #حلول-تسويقية #تطوير الأعمال #بناء-العلاقات.



الهدف

- زيادة التفاعل: تشجيع الشركات على الاشتراك في خدماتنا التسويقية من خلال وعد بزيادة الطلبات والمعاملات لديهم.
- تحفيز الانضمام: إظهار الفوائد المباشرة للاشتراك في خدماتنا، حيث يؤدي ذلك إلى ملء صندوق البريد بالطلبات.
- إثارة الفضول: استخدام صورة ورسالة مؤثرة لجذب انتباه الجمهور وتحفيزهم على اتخاذ الخطوة التالية.

الرسالة

صندوق بريدك ينتظر بفارغ الصبر، انضم إلينا لنملأه لك بالطلبات! خدماتنا التسويقية تضمن لك زيادة ملحوظة في طلبات شركتك. لا تفوت الفرصة، اشترك الآن!

شرح للصورة

- صندوق البريد: يرمز إلى عدم النشاط والحاجة إلى طلبات جديدة.
- الرسالة الحزينة: تعبر عن الحالة الحالية للشركة قبل الاشتراك في خدماتنا.
- الوعد بالطلبات: يعزز الرسالة بأن الاشتراك في خدماتنا سيغير هذه الحالة بشكل جذري.

القنوات المناسبة لنشر هذا الاعلان
LinkedIn, Facebook -

Hashtags

#تسويق #زيادة_المبيعات #طلبات_جديدة #نمو_الأعمال #نجاح_تجاري

الإعلان الرابع



الهدف

- إبراز التميز: تسليط الضوء على كيفية أن شركتك يمكن أن تتحول من مجرد وجود عادي إلى التميز في مجالها.
- جذب العملاء: تشجيع الشركات والأفراد على الاشتراك في خدماتك لتحقيق التفوق والتميز.
- بناء الثقة: تأكيد أنك الشريك المناسب الذي يمكن أن يساعدهم في تحقيق النمو والتطور في مجالهم.

الرسالة

"تميز في عالم الأعمال! مع خدماتنا، انتقل من مجرد وجود عادي إلى الأفضل في مجالك. دعنا نساعدك على السطوع بين المنافسين."

شرح للصورة

- المصباح: تمثل الشركات العادية في السوق.
- المصباح المضاء: يمثل التميز الذي يمكن لشركتك تحقيقه باستخدام خدماتنا.

القنوات المناسبة لنشر الإعلان
Facebook, LinkedIn, Instagram

Hashtags

#تميز_في_الأعمال #تسويق_احترافي #نجاح_مضمون #استراتيجيات_تسويقية #شراكة_لنجاح
#إضاءة_طريقك.

الإعلان الخامس



الهدف

- تسليط الضوء على تنوع الخدمات: إظهار مجموعة الخدمات الرقمية المتكاملة التي تقدمها الشركة، مما يبرز القدرة على تلبية جميع احتياجات العملاء في مجال التسويق الرقمي.
- تعزيز العلامة التجارية: تأكيد أن الشركة قادرة على تقديم حلول شاملة وفعالة لتحسين الحضور الرقمي للعملاء.
- تشجيع العملاء الجدد: جذب اهتمام الشركات والأفراد الذين يبحثون عن خدمات تسويقية متكاملة لتطوير أعمالهم عبر الإنترنت.

الرسالة

- "7 خدمات رقمية متميزة لتحسين حضورك الرقمي: من إنشاء الحسابات إلى تصميم المواقع وتحسين محركات البحث، اشترك معنا اليوم وانطلق نحو النجاح!"
- شرح للصورة
- اللوجو: يظهر بشكل كبير في المركز وأسفله كلمة "services".
 - الخدمات: تلتف حول اللوجو على شكل نصف دائرة، مع أيقونات واضحة لكل خدمة.

القنوات المناسبة لنشر الإعلان

- LinkedIn, Facebook, Instagram

Hashtags

#تسويق_رقمي #خدمات_رقمية #تحسين_محركات_البحث #تصميم_مواقع #إنتاج_المحتوى
#إعلانات_مدفوعة #تطوير_حسابات #تصميم_جرافيكي #نجاح_رقمي



الهدف

- إبراز تنوع الخدمات: تسليط الضوء على مجموعة الخدمات التقليدية التي تقدمها الشركة في مجال التسويق.
- تعزيز الثقة: التأكيد على قدرة الشركة على تقديم حلول تسويقية متكاملة تشمل كل جوانب التسويق التقليدي.
- جذب العملاء الجدد: استهداف الشركات والأفراد الذين يبحثون عن خدمات تسويقية شاملة وفعالة.

الرسالة

7 خدمات تسويقية تقليدية لتعزيز نجاحك: من الاستشارات إلى بناء العلامات التجارية. انضم إلينا لنحقق أهدافك معاً!

شرح للصورة

- اللوجو: يظهر بشكل كبير في المركز وأسفله كلمة "services".
- الخدمات: تلتف حول اللوجو على شكل نصف دائرة، مع أيقونات واضحة لكل خدمة.

القنوات المناسبة لنشر الإعلان

LinkedIn, Facebook, Instagram -

Hashtags

#تسويق #خدمات_تسويقية #استشارات_تسويقية #أبحاث_السوق #خطط_تسويقية
#بناء_العلامات_التجارية #إدارة_الزبائن #نجاح_تجاري

- العلاقات العامة

المقدمة

تعتبر خطة العلاقات العامة أحد الأدوات الاستراتيجية الحيوية التي توجه استراتيجيات الشركة وتؤثر على سمعتها ونجاحها في السوق.

لذلك نحن في شركة Degree 180 نؤمن بأن العلاقات العامة تمثل عموداً أساسياً في بناء الثقة وتعزيز الصورة الإيجابية للشركة في أعين الجمهور والمجتمع، إن فهم الاحتياجات والتوقعات لأصحاب المصلحة وتلبيتها بطريقة شفافة وفعالة يعتبر ركيزة أساسية لنجاح أي عمل تجاري.

تعمل خطة العلاقات العامة لدينا على تعزيز التواصل والتفاعل مع جميع الشركاء المعنيين، سواء كانوا عملاء، موظفين، شركاء تجاريين، أو المجتمع المحلي بشكل عام

نهدف إلى بناء علاقات قوية ومستدامة تعكس قيمنا وتعزز رؤيتنا كشركة رائدة في مجالنا تتمثل رؤيتنا في أن نصبح الشريك المفضل لعملائنا من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية وابتكارية تلبى احتياجاتهم وتوقعاتهم. وتتجسد رسالتنا في تحقيق النجاح المشترك، حيث نسعى جاهدين لتحقيق تميزنا تطويرنا المستمر لتلبية متطلبات سوق العمل وتحقيق رضا عملائنا وشركائنا

تعتمد خطتنا على استراتيجيات مدروسة وأدوات فعالة لتحقيق أهدافنا، مع التركيز على الابتكار والاستدامة. نحن ملتزمون بتعزيز التواصل الشفاف والمفتوح، وبناء جسور من الثقة والتفاهم مع جميع أصحاب المصلحة.

نحن واثقون من أن خطتنا الاستراتيجية للعلاقات العامة ستسهم بشكل فعال في تعزيز مكانتنا كشركة موثوقة ومبتكرة، وتحقيق النجاح المستدام في أعمالنا وعلاقاتنا. هذه الخطة ليست مجرد وعد، بل تعبير عن التزامنا الثابت بتقديم أفضل ما لدينا وبناء علاقات قوية ومجدية مع محيطنا ومجتمعنا

هذه المقدمة تعكس قيم الشركة ورؤيتها في مجال العلاقات العامة، وتوضح التزامها بالتواصل والتفاعل الفعّال مع جميع أصحاب المصلحة.

كل ما يتم التخطيط له في هذه الخطة هو على المستوى الأول من خطة العلاقات العامة علمياً وهو "مستوى الاتصال - الخارجي"

أهداف العلاقات العامة الخاصة في خطة العلاقات العامة

- زيادة الوعي بالعلامة التجارية والخدمات التسويقية المبتكرة التي تقدمها الشركة.
- بناء صورة إيجابية للشركة وتعزيز الثقة والموثوقية لدى العملاء والشركاء.
- بناء علاقات جيدة مع المجتمع الخارجي.
- تعزيز الوجود الإعلامي والتأثير في القطاعات المستهدفة.
- توسيع قاعدة العملاء وزيادة حجم المبيعات.

الجمهور المستهدف

- العملاء الحاليين والمحتملين في مجال التسويق والأعمال.
- وسائل الإعلام والصحفيين.
- الشركاء التجاريين والمستثمرين المحتملين.

الرسائل الرئيسية

- التزامنا بتقديم حلول تسويقية مبتكرة وفعالة.
- الاعتماد على الخبرة والتخصص في مجال التسويق والتسويق الرقمي.
- تعزيز الثقة والموثوقية من خلال تقديم خدمات متميزة وجودة عالية.

الاستراتيجيات والتكتيكات

- بناء علاقات قوية مع وسائل الإعلام من خلال تقديم معلومات صحفية ومواد إعلامية متميزة ومحتوى قيم.
- تنظيم فعاليات خاصة وورش عمل تسويقية للتفاعل مع العملاء والشركاء وتقديم الحلول المبتكرة.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال لنشر الرسائل الرئيسية وتفاعل مع الجمهور المستهدف.

التنفيذ والتقييم

- تنفيذ الخطة بانتظام ومتابعة تقدمها وضبط العمليات حسب الحاجة.
- قياس الأداء وتحليل النتائج المحققة مقابل الأهداف المحددة.
- تقييم الخطة بانتظام وإجراء التعديلات اللازمة لتحسينها وضمان تحقيق النتائج المرجوة.

"تم ارفاق القنوات المستخدمة في الحملة الترويجية"

مجموعة من الأنشطة والفعاليات

هنا نقوم في طرح عدة أنشطة وفعاليات ومؤتمرات يمكننا تنفيذها بعد إطلاق الشركة وخلال عامي ٢٠٢٦/٢٠٢٥

- مؤتمر إطلاق الشركة

تنظيم مؤتمر إطلاق شركة degree 180 مع مجموعة من الجهات الفاعلة في مدينة الخليل وذلك من أجل التعرف على الشركة وما الخدمات التي تقدمها ومشاركة رؤيتها وأهدافها ورسالتها مع المجتمع المحلي المستهدف الذي سوف يخلق ويتيح فرص جديدة للشراكة وتبادل الأفكار مع رواد الأعمال والمستثمرين.

- تنظيم معرض للتسويق والإعلان:

المشاركة في تنظيم معرض Hebron Expo للشركات القائمة التي تعمل في القطاعات المستهدفة " الصناعي، والتجاري، والخدماتي وذلك لإتاحة الفرصة للشركات المشاركة المعرض وتجهيزهم وتدريب طواقمهم في التسويق والإعلان لعرض خدماتهم ومنتجاتهم أمام الجمهور المستهدف والتفاعل مع عملائها المحتملين والشركاء المحتملين في السوق.

- تنظيم مؤتمر باسم التسويق والتسويق الرقمي

تنظيم الشركة مؤتمر التسويق والتسويق الرقمي مع مشاركة جهات رسمية وذلك لإثراء المجتمع الفلسطيني في خبرة تسويقية فريدة ، وسيتم تنظيم من خلال اقتراح نموذج إلى الجهات الرسمية التي سوف تشارك فيه او تشارك في تنظيمه مثل: حاضنات الأعمال، وذلك لدمج الرياديين وتوقيع مذكرات تفاهم معهم ودعمهم ، الجامعات التي لديها تخصصات التسويق، وذلك لتنمية العلاقات بين الشركة وبينهم واطلاعهم على واقع الشركات الفلسطينية في التسويق ودمج رؤيتهم الأكاديمية في التخصصات ذات الصلة مع التسويق وعالم الأعمال. سوف يوفر هذا المؤتمر التعرف على تسويق الأعمال والتسويق الرقمي وإتاحة الفرصة التعرف على أحدث الاتجاهات والتطورات في مجال التسويق وتحسين مهارات التسويق لكل من الجهات المشاركة.

- التواصل مع الشركات والمنظمات الشريكة

وذلك من خلال تنظيم حفل توقيع مذكرات تفاهم بالتعاون وبالشراكة مع ملتقى رجال الأعمال الفلسطيني وشركات القطاع الخاص وهذا سوف ينعكس على توسيع دائرة اتصالات الشركة من خلال الحفل المنظم، والذي سوف يزهر ويتقدم في بناء علاقات تعاونية تستفيد منها كلا الطرفين.

- المشاركة في المؤتمرات التي تقام وتنظم من قبل مؤسسات كبرى أخرى في المجتمع الاقتصادي والتعليمي الفلسطيني.

"المقالات التي سنشاركها مع الإعلام مملوكة بالكامل لشركة 180 Degree، وسيتم إرفاقها مع خطة تسويق المحتوى"

كيف سيتم صياغة مشاركة أخبارنا؟

- بيان صحفي حول مؤتمر إطلاق الشركة

بيان صحفي

موضوع: مؤتمر إطلاق شركة Degree 180 في مدينة الخليل

يسر شركة Degree 180 أن تعلن عن تنظيم مؤتمر إطلاقها في مدينة الخليل، بالتعاون مع مجموعة من الجهات الفاعلة، بهدف التعريف بالشركة وخدماتها المبتكرة. يأتي هذا المؤتمر كفرصة لمشاركة رؤيتنا وأهدافنا ورسالتنا مع المجتمع المحلي المستهدف، مما يفتح آفاقاً جديدة للشراكة وتبادل الأفكار.

سينتج المؤتمر منصة لرواد الأعمال والمستثمرين للتفاعل معنا، وتبادل الخبرات والمعرفة، مما يعزز التعاون والتطور الاقتصادي في المنطقة.

نتطلع إلى استقبالكم في هذا الحدث الهام، حيث نسعى جاهدين لتعزيز التواصل وبناء علاقات قوية تعود بالفائدة على الجميع.

تفاصيل المؤتمر:

التاريخ: [تحديد التاريخ]

المكان: [تحديد المكان]

الزمان: [تحديد الزمان]

للمزيد من المعلومات ولتأكيد الحضور، يرجى التواصل معنا عبر البريد الإلكتروني [عنوان البريد الإلكتروني] أو الاتصال على [رقم الهاتف].

نتطلع إلى لقاءكم في هذا الحدث المميز.

شركة Degree 180

دائرة العلاقات العامة

- بيان صحفي حول حفل توقيع مذكرات التفاهم مع ملتقى رجال الأعمال الفلسطيني:

شركة Degree 180 وملتقى رجال الأعمال الفلسطيني يجمعان جهودهما في حفل توقيع مذكرات تفاهم أقيم حفل توقيع مذكرات تفاهم بين شركة Degree 180 وعدد من شركات القطاع الخاص بتنظيم من ملتقى رجال الأعمال الفلسطيني. تم استضافة الحفل في مقر الملتقى في مدينة الخليل، حيث رحب رئيس مجلس إدارة الملتقى بالحضور، مؤكداً على الدعم الكامل لرؤية الشركات المشاركة في تحقيق الأهداف الاقتصادية المشتركة.

كما تم التأكيد على أهمية تبادل الخبرات وتعزيز جودة العمليات التسويقية خلال الفعالية، بغية دعم التطور الاقتصادي في فلسطين.

الخاتمة

"باختتام خطتنا الاستراتيجية للعلاقات العامة، نتطلع إلى مرحلة جديدة من التعاون والنجاح. قمنا بتحديد أهدافنا وتطلعاتنا، ووضعنا استراتيجيات محكمة لتحقيقها.

نؤمن بأهمية بناء علاقات قوية ومستدامة مع جميع أصحاب المصلحة، سواء كانوا عملاء أو شركاء تجاريين أو مجتمع محلي. نتطلع إلى تحقيق النجاحات المشتركة ومساهمة إيجابية في السوق والمجتمع.

نحن ملتزمون بتنفيذ هذه الخطة بكل دقة واهتمام، ونعد بمتابعة وتقييم تقدمنا بانتظام لضمان تحقيق أهدافنا بنجاح. لقد بدأنا رحلة جديدة نحو التميز والابتكار، ونحن متحمسون للفرص والتحديات التي ستواجهنا في المستقبل.

- خطة التسويق بالمحتوى

المقدمة

تهدف هذه الخطة إلى تقديم استراتيجية محتوى تسويقي شاملة تساعد في تحقيق أهداف شركتنا، وتلبية احتياجات العملاء بطريقة مبتكرة وفعالة.

نسعى لتعزيز التفاعل والوصول الأمثل للجمهور المستهدف، وتحقيق نتائج ملموسة تعزز من مكانة شركتنا وعملائنا في السوق.

- حول الشركة

شركة متخصصة في تطوير الشركات القائمة والناشئة من خلال توسيع نطاق أعمال وتقديم مجموعة واسعة من خدمات التسويق التي تساعد في بناء العلامات التجارية بكل احترافية، تعمل على تحقيق الأهداف بأفضل الطرق وأفضل الدراسات والاستراتيجيات من خلال مجموعة منتقاة من كتاب للمحتوى والمسوقين والمصممين الذين يرغبون دائماً في أن تملك أفضل صورة أمام عملائها ومنافسيها، وتعمل على خلق هوية تجارية فائقة الجمال وتركيز وجودها في محركات البحث وضمان أن تكون الشركة المستهدفة هي الأفضل.

- الرسالة

الارتقاء بمستوى الأداء التسويقي للشركات المحلية من خلال تقديم حزمة متكاملة من الخدمات التسويقية بطريقة إبداعية مما يمكنهم من تعزيز صورتهم.

- الرؤية

تسعى الشركة إلى أن تكون الشركة الرائدة في مجال تقديم خدمات تسويقية داخل السوق الفلسطيني محلياً وعالمياً.

- القيم

- إدارة رحلة العميل

- الالتزام

- التميز

- بناء المستقبل

الكلمات المفتاحية:

- التسويق
- علامة تجارية
- استراتيجية
- جمهور
- تسويق رقمي
- تسويق بالمحتوى
- خوارزميات
- منصات التواصل
- الوصول
- التفاعل
- تحليلات
- ROI
- SEO
- SEM

- الابتكار
- قناة/ قنوات
- كلمات مفتاحية
- تسويق العلاقات العامة

"تم الوصول إليهم بواسطة عدة برامج."

2024 trending in marketing in Palestine.

- التسويق الرقمي والابتكار التكنولوجي.
- تأثير استراتيجيات التسويق على Covid 19
- التسويق الذكي والبيانات الضخمة
- التسويق الاجتماعي وتأثير الشبكات الاجتماعية
- التسويق بالمحتوى.
- تجارب العملاء وتجربة المستخدم.
- آثار الحرب على بيئة الأعمال التسويقية.

Hashtags:

- تسويق رقمي
- تسويق
- تفاعل
- وصول
- علاقات عامة
- تسويق بالمحتوى
- الترنند
- هوك
- خوارزميات
- انفلونسر.
- ميديا
- أحترافية

Personas

Persona 1	Persona 2	
لينا	ليلي	الاسم
30 سنة	40 سنة	العمر
رام الله	بيت لحم	المدينة
مديرة التسويق في شركة تجارية كبيرة	مديرة تنفيذية لشركة صناعية متوسطة الحجم	المهنة

<ul style="list-style-type: none"> - استخدام أدوات التحليل البياني لفهم سلوك العملاء. - متابعة مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) بانتظام. - تحسين استراتيجيات التسويق بناءً على البيانات والتحليلات. - متابعة أحدث الاتجاهات في التسويق الرقمي. - تحسين التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي. - تجربة تقنيات وأدوات تسويقية جديدة. 	<ul style="list-style-type: none"> - تصميم وتنفيذ عروض ترويجية فعالة لزيادة المبيعات. - تحليل فعالية العروض الترويجية السابقة وتحديد نقاط التحسين. - تطوير حملات تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي والتفاعل مع العملاء. - تحسين كفاءة فرق المبيعات والتسويق من خلال التدريب المستمر. - تبني التكنولوجيا لتحسين إدارة العلاقات مع العملاء وتبسيط العمليات. 	<p>الاهتمامات</p>
<p>تحتاج إلى أدوات واستراتيجيات تسويقية متكاملة تدعمها في تحقيق أهداف الشركة وزيادة العائد على الاستثمار.</p>	<p>تحتاج إلى استراتيجية تسويق متكاملة تشمل العروض الترويجية والتسويق الرقمي والتسويق الاجتماعي.</p>	<p>الاحتياجات</p>
<p>تواجه ضغطاً لتحقيق أهداف التسويق وزيادة معدلات التحويل والبيع.</p>	<p>تبحث عن حلول تسويقية تزيد من شعبية منتجات الشركة وتحسن من عمليات المبيعات.</p>	<p>التحديات</p>
<ul style="list-style-type: none"> - تحسين تجربة المستخدم على الموقع الإلكتروني. - تنفيذ حملات تسويق مستهدفة. - تحليل بيانات العملاء لتخصيص العروض والحملات. - زيادة مبيعات المنتجات والخدمات. - تقليل التكاليف الزائدة وزيادة الكفاءة في استخدام الميزانية. 	<ul style="list-style-type: none"> - تحسين الوعي بعلامتها التجارية. - تمييز منتجها عن المنافسين. - توسيع قاعدة العملاء المستهدفة. - تطوير نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) لتحقيق نتائج أفضل. - دخول أسواق جديدة وتوسيع التوزيع الجغرافي. 	<p>الهدف</p>

Persona 3	Persona 4	
علي	محمد	الاسم
45 سنة	35 سنة	العمر
نابلس	الخليل	المدينة
مدير تنفيذي لشركة خدمات استشارية.	مؤسس ومدير تنفيذي لشركة ناشئة في مجال التكنولوجيا	المهنة
<p>- متابعة أحدث التطورات في مجال الاستشارات والخدمات.</p> <p>- قراءة الكتب والمقالات المتعلقة بالابتكار في الاستشارات.</p> <p>- تعلم استراتيجيات التسويق الرقمي مثل SEO، الإعلانات المدفوعة، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.</p> <p>- الحصول على استشارات من خبراء في المجال لتحسين الأداء الشخصي والمهنية.</p> <p>- المشاركة في الفعاليات والمؤتمرات لتوسيع شبكة العلاقات المهنية.</p>	<p>- متابعة أحدث الاتجاهات والتقنيات في صناعة التكنولوجيا.</p> <p>- المشاركة في ورش العمل والمؤتمرات التقنية.</p> <p>- قراءة الكتب والمقالات المتعلقة بالابتكار التكنولوجي.</p> <p>- الانضمام إلى مجموعات ومنظمات الأعمال.</p>	الاهتمامات
يحتاج إلى استراتيجية تسويق تبرز مزايا الشركة وتوضح قيمتها المضافة للعملاء المحتملين.	يحتاج إلى استراتيجية تسويق مبتكرة تستهدف جمهوره المستهدف بكفاءة	الاحتياجات
يواجه صعوبة في التمييز عن منافسيه وجذب عملاء جدد لخدمات الشركة.	يبحث عن طرق لتسويق منتجاته الجديدة بكفاءة وفعالية لجذب المستثمرين والعملاء الجدد.	التحديات

الهدف		
	<ul style="list-style-type: none"> - توسيع قاعدة العملاء. - زيادة المبيعات والإيرادات. - دخول أسواق جديدة محلياً ودولياً. - تطوير منتجات جديدة تلبي احتياجات السوق. - تعزيز البحث والتطوير داخل الشركة. - تحسين بيئة العمل لتعزيز الإنتاجية والرضا الوظيفي. - استخدام التسويق عبر المحتوى والشبكات الاجتماعية. 	<ul style="list-style-type: none"> - إنشاء هوية قوية للعلامة التجارية تعكس قيم الشركة وفلسفتها. - تحسين العلاقات مع العملاء المحتملين وتحويلهم إلى عملاء فعليين. - تطوير موقع ويب احترافي وجذاب يعرض الخدمات بشكل متميز. - زيادة التفاعل عبر منصات التواصل الاجتماعي. - تحسين محركات البحث (SEO) لزيادة الظهور في نتائج البحث. - تقديم عروض خاصة وحزم خدمات مغرية لجذب العملاء.

Buyer's journey

awareness	considerations	Decision
<p>video + Blogs</p> <ul style="list-style-type: none"> - فيديوهات: تعريفية بالشركة. - فيديو موشن جرافيك "من هي شركة Degree 180" - فيديو تشويقي - فيديو من المختصين. <p>العناوين الخاصة في المقالات المرحلة الأولى:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3 أخطاء شائعة تفعلها المشاريع عند إطلاقهم للعلامة التجارية الخاصة بهم. - 6 أسرار في التسويق الرقمي. - ابتكر رحلة العميل الخاص بك. - ما هي القرارات التسويقية الصحيحة للقطاع الصناعي. - 7 آثار إيجابية استراتيجية المحيط الأزرق. - 10 طرق للابتكار في إطلاق المنتجات والخدمات. - 6 أدوات تسويقية متكاملة، تستطيع من خلالها تحقيق أهدافك التسويقية. - ما الفرق بين استراتيجية العلامة التجارية، والهوية البصرية؟ - عمرك فكرت في التسويق العشوائي؟ - أدوات مهم تتعرف عليهم في التسويق الرقمي: <p>SEO SEM</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3 انواع من استراتيجيات يساعدونك في بناء قاعدة جماهيرية. - تعرف على الابتكار في التسويق. 	<ul style="list-style-type: none"> - كيف تستطيع بناء استراتيجية تسويق متكاملة لمشروعك "يتم ربطها في خدمات الشركة - كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال لزيادة التفاعل والمبيعات. - أهمية بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء والمتابعين - زيارات ميدانية للشركات وإعطائهم تفاصيل الشركة وتوقيع مذكرات تفاهم معهم. - زيارات اتحادات الأعمال والتشبيك معهم. - ارسال معلومات ومجموعة من المحتوى المخصص من خلال خطة التسويق من خلال البريد الإلكتروني.. - تعرض تفاصيل الخطة عليكم من خلال ملف خاص بها. - التشبيك وزيارة حاضنات الأعمال لدعم الرياديين. 	<p>نشر جميع المقالات على منصات اتحادات الأعمال وذكر منصات الشركة الخاصة بنا، وايضاً نشر رابط موقعنا الإلكتروني.</p> <p>اعطاء دورات وورش تدريبية للشركات والمشاريع الحديثة.</p> <p>عرض معلومات التواصل على صفحاتنا.</p>

- planning and setting timelines for content for 3 months.

months	smart goal	topic idea	opportunity's	customer stage	keywords	distribution Channel	content types	publishing
June	زيادة نسبة الزائرين لمواقع الشركة في نسبة ٣٠٪ خلال فترة التسجيل " شهر "	٦- طرق تسويقية متكاملة تستطيع من خلالها تحقيق اهدافك التسويقية	استثمار مرحلة بحث للمشاريع والشركات عن شركة تسويقية متخصصة في تقديم خدمات التسويق المستقبل والهامهم من خلال المحتوى في الفترة المخطط لها.	awareness زيادة الوعي بالشركة والتعرف على جميع خدماتها (عرض مجموعة من المقالات والتصاميم عبر منصتنا وموقعنا الالكتروني)	-التسويق -علامة تجارية -استراتيجية -جمهور -تسويق رقمي -تسويق بالمحتوى -خوارزميات -منصات التواصل -الوصول -التفاعل -تحليلات	website. Social media (Facebook) إعلانات ممولة	blogs Infographic E-book Book Guide	start date in 16/june/2024
July	زيادة نسبة تسجيل في نسبة 30% خلال فترة التسجيل " شهرين "	- فيديوهات + منشورات تعريفية عن الشركة.. من خلال اعلان مباشر (يشرح الخدمات المقدمة	زيادة معرفة الشركات في اسم الشركة، والخدمات المقدمة ومميزاتها .	consideration زيادة تفاعلات الجمهور مع المحتوى على المنصات المملوكة للتكلفة للشركة لتوليد عملاء جدد- من الشركات (بوستات أكثر تحفيزية حول المشاريع التي تم العمل معها)	-ROI -SEO SEM -الابتكار -قناة/ قنوات -كلمات مفتاحية -تسويق بالعلاقات العامة. -سوشيل ميديا- -نجاح مشروع.	Instagram Stories/reel/ LinkedIn	blogs / infographic / video Book	starts 1/ July To 30/july
August		اهمية بناء علاقات طويلة الامد مع العملاء والمتابعين " قاعدة أساسية لنجاح الأعمال " من الخدمات التي المتكاملة التي	استقبال طلبات الخدمات من الزبائن.. افتراضياً وواجهيا من خلال المكتب.	dession اعطائهم تفاصيل الخدمات والأسعار و عرض التصاميم، وإعطائهم جميع			Meeting Blog Infographic Book brochure Guide	1august To end .

		تقدمها ١٨٠ درجة " إدارة العلاقة مع الزبائن وفريقها يؤمن انها قاعدة اساسية لنجاح الاعمال "		المعلومات والمحتوى التي تم إرفاقها في كل التصاميم)				
--	--	--	--	--	--	--	--	--

المقالات الخاصة بنا

- أدوات تسويقية متكاملة تستطيع من خلالها تحقيق أهدافك التسويقية.

في عالم التسويق المتطور اليوم، تكمن النجاحات في الاستراتيجيات المتكاملة. هنا ستة أدوات تسويقية متكاملة يمكنها مساعدتك في تحقيق أهدافك:

1. وسائل التواصل الاجتماعي: تستخدم لبناء العلاقات وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.
2. التسويق بالبريد الإلكتروني: يمكن استخدامه لإرسال رسائل مستهدفة وشخصية للعملاء.
3. تقنية (SEO): يساعد في زيادة رؤية الموقع عبر تحسين محتواه لمحركات البحث.
4. التسويق بالمحتوى: يهدف إلى إنشاء محتوى قيم يستهدف مشاكل العملاء واحتياجاتهم.
5. التسويق التجريبي والتجربة الشخصية: يشمل تقديم عروض تجريبية مجانية أو تجارب شخصية للمنتجات لجذب العملاء وزيادة المبيعات.
6. التسويق بالعلاقات العامة: يمكنك تعزيز وجودك وبناء ثقة العملاء المحتملين من خلال إدارة العلاقات مع وسائل الإعلام والمشاركة في الفعاليات، وإطلاق حملات إعلامية فعالة.

استخدم هذه الأدوات بنكامل لتحقيق نجاحك في التسويق وبناء علاقات قوية مع جمهورك المستهدف.

- **3 أنواع من ادوات من التسويق يساعدونك في بناء قاعدة جماهيرية.**
بناء قاعدة جماهيرية علامتك التجارية يتطلب استخدام استراتيجيات تسويقية فعالة. هنا ثلاثة أنواع رئيسية من التسويق التي يمكنها مساعدتك في ذلك:

1. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: يمكن استخدام منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر لبناء علاقات مباشرة مع جمهورك المستهدف من خلال نشر محتوى جذاب والتفاعل مع التعليقات والرسائل.

2. التسويق بالمحتوى: يمكنك جذب الانتباه وبناء سمعة جيدة لعلامتك من خلال إنشاء محتوى ملهم وقيم على الإنترنت، مثل المقالات والفيديوهات، ليعكس مكانتك كخبير في مجالك.
اختيار الاستراتيجيات المناسبة وتنفيذها بشكل جيد، يمكنك بناء قاعدة جماهيرية قوية لعلامتك التجارية وتحقيق النجاح المستدام.

- **أخطاء شائعة تفعلها المشاريع عند إطلاقهم للعلامة التجارية الخاصة بهم.**
في إطلاق العلامة التجارية، يجب تفادي بعض الأخطاء الشائعة لضمان نجاح المشروع منها:
1. عدم وضوح هوية العلامة التجارية، حيث يجب تحديد الرؤية والرسالة والقيم بشكل واضح.
2. عدم تحليل السوق والجمهور المستهدف، مما يؤدي إلى عدم فهم الاحتياجات والتفضيلات والسلوكيات الخاصة بهم.
3. الاستعجال في اختيار الاسم والشعار دون التفكير الدقيق والاستشارة، مما يؤثر على قدرة العلامة التجارية على التميز والتفرد في السوق.

- **ما الفرق بين استراتيجية العلامة التجارية، والهوية البصرية؟**

الفرق بين استراتيجية العلامة التجارية والهوية البصرية

في عالم الأعمال، تشكل العلامة التجارية والهوية البصرية جزءاً أساسياً من استراتيجيات التسويق والتميز التنافسي. على الرغم من أن الاثنين يتعاملان مع نفس الهدف النهائي وهو تمثيل العلامة بشكل فعال وجذاب، إلا أنهما يختلفان في الطبيعة والتركيز والتطبيقات. لنلق نظرة أعمق على الفروق بين استراتيجية العلامة التجارية والهوية البصرية:

- **استراتيجية العلامة التجارية:**

تُعتبر استراتيجية العلامة التجارية الروح والهوية الفكرية للعلامة. تركز هذه الاستراتيجية على كيفية تمثيل العلامة وتوجيهها نحو السوق والعملاء. إنها تشمل القيم والرؤية والرسالة التي تحاول العلامة توصيلها للعملاء.

- مكونات استراتيجية العلامة التجارية:

1. الرؤية والمهمة: تحدد الرؤية الطموحة للعلامة مسارها المستقبلي، بينما تعبر المهمة عن الهدف الأساسي والمبادئ التوجيهية.
2. الشخصية الإعلامية: تمثل السمات الفريدة التي تميز العلامة وتجعلها قريبة ومألوفة للعملاء.
3. الرسالة الرئيسية: تعبر عن الفكرة الأساسية التي تريد العلامة توصيلها، وتبرز فوائدها الفريدة.

- الهوية البصرية:

بينما تتعامل استراتيجية العلامة التجارية مع الجوانب النفسية والمفاهيمية، تتعامل الهوية البصرية مع الجوانب البصرية والتصميمية التي تمثل العلامة بشكل مرئي. تتكون الهوية البصرية من العناصر الرئيسية التي تجعل العلامة مميزة ومتميزة بصرياً.

- مكونات الهوية البصرية:

1. الشعار (اللوغو): يُعتبر الشعار أحد أهم عناصر الهوية البصرية، حيث يمثل العلامة بشكل فريد ومميز.
2. الألوان: تعتبر الألوان أداة قوية في تعزيز هوية العلامة ونقل الشعور والمعنى.
3. الخطوط: تعكس الخطوط شخصية العلامة وتعزز التواصل البصري مع الجمهور.
4. الرموز والرموز البصرية: تمثل الرموز والرموز البصرية عناصر تعريفية للعلامة وتعزز من تميزها.

- الختام:

في النهاية، يمثل استراتيجية العلامة التجارية الروح والفلسفة والشخصية الفكرية للعلامة، بينما تعكس الهوية البصرية جوانب التصميم والعناصر البصرية التي تمثل العلامة بصرياً. يتعاون كل منهما مع الآخر لبناء هوية قوية ومتكاملة للعلامة التجارية، مما يساهم في تحقيق التفاعل الفعال مع الجمهور وبناء علاقات قوية ومستدامة.

- 10 طرق للابتكار في إطلاق المنتجات والخدمات.

إن إطلاق المنتجات والخدمات بشكل مبتكر يتطلب النظر إلى عدة جوانب:

1. فهم السوق واحتياجات العملاء.
2. استخدام التكنولوجيا الجديدة.
3. التفكير بأساليب جديدة ومبتكرة.
4. التعاون مع الشركاء الاستراتيجيين.
5. تخصيص الموارد لبرامج البحث والتطوير.
6. الاستجابة السريعة للتغيرات في السوق.
7. التفاعل مع العملاء لفهم احتياجاتهم.
8. تطبيق مبادئ التصميم الشامل.
9. اعتماد الابتكار المستدام.
10. تشجيع ثقافة الابتكار داخل الشركة.

هذه الخطوات تساعد الشركات على تحسين منتجاتها وخدماتها بشكل دائم، وتضمن استمرارها في التفوق التنافسي في السوق.

- أهمية بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء والمتابعين "قاعدة أساسية لنجاح الأعمال"

من الخدمات المتكاملة التي تقدمها 180 Degree إدارة العلاقة مع الزبائن، وفريقنا يؤمن أنها "قاعدة أساسية لنجاح الأعمال"

في عالم الأعمال المتطور والمنافسة الشديدة، يعتبر بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء والمتابعين أمراً حيوياً وضرورياً لاستمرارية نجاح الشركات والمؤسسات. فالعلاقات القوية تشكل أساساً للثقة والولاء، وهما عنصران أساسيان في بقاء العملاء وتعزيز نمو الأعمال. من خلال هذا المقال، سنكشف أهمية بناء تلك العلاقات الطويلة الأمد وكيف يمكن للشركات الاستفادة منها لتحقيق النجاح والاستدامة.

تعزيز الثقة والولاء:

بناء علاقات طويلة الأمد يبدأ ببناء الثقة. عندما يشعر العميل أو المتابع بأنه محور اهتمام الشركة وأنه يتلقى خدمة شخصية وجودة عالية، فإنه سيصبح عميلاً مخلصاً ومستعداً للبقاء مع الشركة على المدى الطويل. ومع مرور الوقت، تتعزز هذه الثقة وتتحول إلى ولاء، حيث يصبح العميل أكثر استعداداً لتكرار العمليات مع الشركة والبقاء معها على الدوام.

تحقيق التفاعل الإيجابي:

عندما تبني الشركة علاقات قوية مع عملائها ومتابعيها، يزيد ذلك من مستوى التفاعل الإيجابي بين الجانبين. فالعملاء الذين يشعرون بأنهم جزء من مجتمع العلامة التجارية يصبحون أكثر انخراطاً وتفاعلاً معها، سواء عبر التعليقات على وسائل التواصل الاجتماعي أو تقديم الملاحظات أو حتى تشجيع الآخرين على التعامل مع الشركة. وهذا التفاعل الإيجابي يمكن أن يؤدي إلى زيادة الانتشار والترويج للعلامة التجارية بشكل طبيعي وفعال.

الحفاظ على التواصل الدائم:

علاقات العملاء الطويلة الأمد تعني أن الشركة تحافظ على التواصل الدائم مع عملائها ومتابعيها. هذا التواصل لا يقتصر فقط على تقديم العروض الترويجية والإعلانات، بل يشمل أيضاً التفاعل مع المشاكل والملاحظات التي يطرحها العملاء، وتقديم الدعم والمساعدة عند الحاجة. هذا النوع من التواصل يعزز العلاقة بين الشركة والعميل، ويجعل العميل يشعر بأنه مهم ومسموح له بالتعبير عن احتياجاته واهتماماته.

تحقيق الاستدامة والنمو:

في نهاية المطاف، تساهم علاقات العملاء الطويلة الأمد في تحقيق الاستدامة والنمو المستدام للشركة. فعندما تكون هناك قاعدة عملاء مستقرة ومخلصة، فإنها تضمن استمرارية تدفق الدخل وتقليل التكاليف المرتبطة بجذب عملاء جدد. بالإضافة إلى ذلك، يميل العملاء الراضون إلى الشراء بمعدلات أعلى وبقيمة أكبر مع مرور الوقت، مما يساهم في زيادة الإيرادات وتعزيز النمو.

الاستنتاج:

بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء والمتابعين ليس مجرد هدف ثانوي في عالم الأعمال، بل هو أحد العناصر الأساسية التي تحدد مصير الشركات والمؤسسات.

- كيف يمكنك تحليل العملاء المثاليين وتحديد الجمهور المستهدف؟

في سوق اليوم المتزايد التنافسية، يعد فهم العملاء المثاليين وتحديد الجمهور المستهدف أمرًا حيويًا لنجاح أي عمل تجاري. تحليل العملاء المثاليين يتطلب فهمًا عميقًا لاحتياجاتهم، وأهدافهم، وسلوكهم، بينما يتضمن تحديد الجمهور المستهدف تحديد الفئات الديموغرافية والتوجهات السلوكية التي تتناسب مع منتجاتك أو خدماتك. في هذا المقال، سنلقي نظرة على كيفية تحليل العملاء المثاليين وتحديد الجمهور المستهدف بخطوات فعالة.

فهم العملاء المثاليين:

1. استطلاع السوق والأبحاث الاستهلاكية: قم بإجراء أبحاث دقيقة لفهم الاتجاهات في السوق واحتياجات العملاء المحتملين. يمكن استخدام الاستطلاعات والدراسات التسويقية لجمع البيانات الضرورية.

2. تحليل بيانات العملاء الحاليين: قم بتحليل بيانات العملاء الحاليين لفهم العوامل المشتركة بين العملاء الأكثر ربحية ورضا العملاء.

3. إنشاء الشخصية العملية (Buyer Persona): صاغ شخصيات علمية واقعية تمثل العملاء المثاليين، مع التركيز على العمر، الجنس، الدخل، الاهتمامات، والتحديات.

4. تقييم قيمة العميل (Customer Lifetime Value): قيّم مدى أهمية كل عميل بالنسبة لعملك من خلال تقييم قيمة العميل على مدى الحياة، مما يساعد في تحديد العملاء المثاليين.

تحديد الجمهور المستهدف:

1. **تحليل البيانات الديموغرافية** : قم بتحليل العمر، الجنس، الموقع الجغرافي، الدخل، والتعليم لتحديد فئات العملاء المحتملة.

2. استهداف السوق النيش (Niche Market): ابحث عن أسواق النيش التي يمكن أن تكون مستهدفة بنجاح لمنتجاتك أو خدماتك.

3. تحليل السلوك والاهتمامات: دراسة السلوكيات والاهتمامات للعملاء المحتملين يمكن أن يساعد في تحديد الميزة التنافسية والتسويق بشكل أفضل.

4. استخدام أدوات التسويق الرقمي: استخدم أدوات التسويق الرقمي مثل إعلانات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي لاستهداف الجمهور المستهدف بشكل فعال.

الختام:

تحليل العملاء المثاليين وتحديد الجمهور المستهدف ليست عملية مجردة، بل تتطلب الكثير من الأبحاث والتحليل والتجارب. باستخدام استراتيجية تحليل العملاء المثاليين وتحديد الجمهور المستهدف بشكل صحيح، يمكن للشركات الناجحة تحقيق نتائج ملموسة وزيادة فاعلية جهودها التسويقية وتحقيق نجاح مستدام في السوق.

- كيفية بناء عروض ترويجية مغرية لزيادة المبيعات

تعتبر العروض الترويجية أداة حيوية في استراتيجيات التسويق لزيادة المبيعات وجذب المزيد من العملاء. فعندما تُنفذ بشكل صحيح، تصبح هذه العروض جاذبة للمستهلكين وتعزز من شعورهم بالقيمة التي يحصلون عليها. في هذا المقال، سنستعرض كيفية بناء عروض ترويجية مغرية لزيادة المبيعات بشكل فعال.

1. فهم الجمهور المستهدف:

يجب أن تكون عروضك الترويجية مصممة خصيصًا لجمهورك المستهدف. قم بتحليل سلوكيات واحتياجات العملاء المحتملين لتحديد ما يجذبهم ويثير اهتمامهم.

2. تحديد الهدف من العرض:

قبل إطلاق أي عرض ترويجي، حدد الغرض منه بوضوح. هل هدفك زيادة المبيعات العامة؟ أم ترويج منتج معين؟ أم جذب عملاء جدد؟

3. تحديد القيمة المضافة:

ضع خطة للقيمة التي ستقدمها عروضك. سواء كان ذلك من خلال تخفيضات الأسعار، أو هدايا مجانية، أو خدمات إضافية، يجب أن تكون القيمة مغرية بما يكفي لجذب العملاء.

4. إنشاء عروض محدودة الوقت:

استخدم استراتيجية الضغط الزمني لتشجيع العملاء على الشراء. عروض مثل "العرض متاح لفترة محدودة" أو "العرض ساري حتى نفاذ الكمية" تخلق حاجة فورية للشراء.

5. ترويج العروض بشكل فعال:

استخدم مختلف وسائل التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني، والإعلانات للترويج لعروضك الترويجية. اجعل الرسائل مباشرة وجاذبة لجذب انتباه العملاء.

6. تقديم خدمة عملاء ممتازة:

عندما يستجيب العملاء لعروضك الترويجية، تأكد من تقديم تجربة شراء ممتازة. استجب لاستفساراتهم بسرعة وحل مشاكلهم بفعالية لتعزيز الولاء للعلامة التجارية.

7. قياس النتائج وتحسين العروض:

لا تنسَ قياس أداء عروضك الترويجية باستمرار. استخدم البيانات والتحليلات لفهم ما يعمل وما لا يعمل، وقم بتعديل استراتيجيتك وفقاً للنتائج.

- كيف تستطيع جذب عملاء محتملين من عملائك الحاليين

مثلاً تعالوا نخبركم:

كم صديق أو مشروع نجاحه أثر عليكم! وصارت قصة نجاحه ملهمة لكم كأصحاب مشاريع وبنس شاركوا قصص نجاحكم مع المجتمعات الخاصة فيكم. وكونوا على ثقة بأن قصة نجاحكم سوف تلهمهم للبدء في مشاريعهم.

- التسويق عبر محركات البحث: كيف تجعل عملك يبرز في عالم الإنترنت؟

هل سمعت يوماً عن SEO و SEM وتساءلت عن الفرق بينهما؟ إذا كنت كذلك، فأنت في المكان الصحيح! في هذا المقال، سنلقي نظرة على استراتيجيتي التسويق عبر محركات البحث (SEO و SEM) ونشرح الفارق بينهما بطريقة سهلة ومباشرة.

SEO (Search Engine Optimization)

SEO هو اختصار لـ "تحسين محركات البحث"، وهو يهدف إلى تحسين موقع الويب الخاص بك في نتائج البحث الطبيعية أو غير المدفوعة. يتضمن ذلك استراتيجيات مثل استخدام الكلمات الرئيسية بشكل استراتيجي في المحتوى، وبناء الروابط الخارجية من مواقع ذات مصداقية، وتحسين تجربة المستخدم على الموقع. تكمن فكرة SEO في جعل موقعك يظهر بشكل أعلى في نتائج البحث عندما يبحث الأشخاص عن المواضيع ذات الصلة بنشاطك التجاري.

SEM (Search Engine Marketing)

من ناحية أخرى، SEM هو اختصار لـ "تسويق محركات البحث"، ويشمل جميع الجهود التي تهدف إلى زيادة رؤية موقعك على الإنترنت من خلال الإعلانات المدفوعة على محركات البحث. يتضمن ذلك إعداد حملات الإعلانات عبر Google Ads و Bing Ads وغيرها، حيث يتم عرض إعلاناتك في نتائج البحث أو على مواقع شركاء الإعلانات.

الفرق بينهما

الفارق الرئيسي بين SEO و SEM هو الطريقة التي يتم بها زيادة رؤية موقعك على الإنترنت. في حين يستند SEO إلى الطرق الطبيعية والتحسينات المستمرة لموقعك، يعتمد SEM على الإعلانات المدفوعة للحصول على الرؤية. علاوة على ذلك، تحتاج SEO إلى وقت لرؤية النتائج، بينما يمكن رؤية النتائج من SEM بسرعة بفضل الإعلانات المدفوعة.

باختصار، تعتمد استراتيجيتك على أهداف عملك وميزانيتك. إذا كنت ترغب في جذب حركة مرور طبيعية ومستهدفة إلى موقعك، فإن SEO هو الخيار المثالي. أما إذا كنت ترغب في زيادة الرؤية الفورية والنفاذ، فإن SEM يمكن أن يكون الحل المناسب. تواصل معنا للمزيد من النصائح.

- عمرك فكرت في التسويق العشوائي؟

التسويق العشوائي هو استراتيجية تسويقية تعتمد على الإعلانات والترويج دون تحديد هدف معين أو توجيهها إلى فئة محددة من الجمهور، مما يشبه إلقاء الصيدلاني للقرص في البحر والانتظار بأن يأتي السمك! بينما يُعتبر التسويق المستهدف أكثر توجيهًا، حيث يتم تحديد جمهور محدد يشترك في ميزات معينة. يعتمد التسويق العشوائي بشكل أساسي على الحظ ويمكن أن يكون نتيجته عرضة للفشل.

تتضمن عيوب التسويق العشوائي هدر الموارد والوقت، وعدم جذب الجمهور المستهدف، مما يؤدي إلى إزعاج الناس وتشويه سمعة العلامة التجارية. بالتالي، يُفضل دائمًا استخدام استراتيجيات التسويق المستهدفة والموجهة، حيث يتم التركيز على التواصل مع الجمهور المحدد الذي يمكن أن يستفيد بشكل فعال من المنتجات أو الخدمات المقدمة، مما يزيد من فرص نجاح الحملة التسويقية وتحقيق الأهداف المرجوة.

- اكتشاف الإبداع في عالم التسويق دليلك إلى الابتكار.

تتطور استراتيجيات التسويق بسرعة مذهلة، ولكن هل فكرت يومًا في كيف يمكن أن يغير الابتكار شكل كل شيء؟ الإبداع في التسويق ليس مجرد مصطلح، إنه مفتاح للتميز والنجاح في عالم الأعمال اليوم. دعونا نستكشف معًا الابتكار في التسويق وكيف يمكن أن يجعل عملك يبرز بين المنافسين.

- الابتكار في التسويق: ماذا يعني؟

الابتكار في التسويق يعني تطوير أفكار جديدة وغير تقليدية لتسويق منتجاتك أو خدماتك. إنها عملية تتضمن تجريب الأفكار الجديدة واكتشاف الطرق المبتكرة للوصول إلى جمهورك المستهدف.

- كيف يمكن أن يستفيد عملنا من الابتكار في التسويق؟

1. تجربة مميزة: نحن نبحث دائماً عن طرق جديدة لجعل تجربة عملنا أكثر إثارة وإمتاعاً. من خلال الابتكار في التسويق، نقدم مفاجآت ممتعة لعملنا، مثل عروض حصرية أو تجارب تفاعلية.
2. خدمات مبتكرة: نحن نسعى جاهدين لتقديم خدمات تلبي احتياجات عملنا بطرق جديدة ومبتكرة. نعتمد على الابتكار في التسويق للترويج لمزايا فريدة من نوعها وتفريق منتجاتنا عن المنافسة. تجربة تواصل مبتكرة: نحن نتبنى الابتكار في طرق التواصل مع عملائنا، سواء عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو الحملات الإعلانية، لجذب انتباههم بشكل مبتكر وجديد. استعد للابتكار! في نهاية المطاف، يتطلب النجاح في عالم التسويق أن تكون جريئاً ومبتكراً. فكر بشكل جديد، وابحث عن الفرص للابتكار، ولا تخف مخاطر التجربة بأفكار جديدة. دع الابتكار يكون سر نجاح عملك، وكن دائماً قوياً للتغيير والتطور في سوقك.

- كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بفعالية لتعزيز العلامة التجارية.

في هذا العالم الرقمي، أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي ليست مجرد منصات للتواصل بل أدوات قوية لتعزيز العلامة التجارية. لذلك سنقدم لك بعض النصائح للاستفادة القصوى منها:

1. تحديد الهدف: حدد أهدافك بوضوح قبل البدء، سواء كانت زيادة الوعي بالعلامة التجارية أو زيادة المبيعات.
2. اختيار الشبكات المناسبة: اختر الشبكات الاجتماعية التي يتواجد فيها جمهورك المستهدف بشكل رئيسي.
1. إنشاء محتوى قيم: قم بإنشاء محتوى ملهم وقيم يعكس شخصية علامتك التجارية.
2. التواصل المستمر: كن نشطاً في التفاعل مع متابعيك، وكن متجاوباً مع تعليقاتهم أو استفساراتهم.
3. قياس الأداء: قيس أداء حملتك باستمرار واستخدم البيانات لتحسين استراتيجيتك بشكل مستمر.

يمكنك عند اتباع هذه النصائح بناء علاقات قوية مع جمهورك وتعزيز علامتك التجارية بفعالية على شبكات التواصل الاجتماعي.

- خطة ترويج المبيعات

المقدمة

"تمثل خطط البيع الشخصي جزءاً أساسياً من استراتيجيات التسويق التي تهدف إلى تعزيز مبيعات المنتجات أو الخدمات وبناء علاقات قوية مع العملاء المحتملين. تعتبر هذه الخطط مفتاحاً في نجاح الشركات وتحقيق أهدافها التجارية، حيث تركز على دراسة دقيقة للسوق وفهم عميق لاحتياجات العملاء.

أهداف خطة البيع الشخصي

1. بناء الثقة في الشركة وخدماتها المقدمة.
2. بناء علاقات استراتيجية قوية وطيدة مع الشركات المستهدفة.
3. تعزيز وتحسين التفاعل مع العملاء.
4. زيادة حجم المبيعات بنسبة 20% خلال الربع القادم.
5. تحسين كفاءة عملية البيع.
6. تحليل أداء الشركة وطاقم البيع.
7. توسيع وزيادة الحصة السوقية للشركة في نسبة 30% خلال العام الاول.
8. زيادة عدد العملاء الجدد بنسبة 15% خلال النصف الثاني من العام.

القنوات المثلى للوصول إلى الفئة المستهدفة: "قنوات رقمية، قنوات تقليدية" تم تفصيلهم في الحملة الترويجية

الاستراتيجيات المستخدمة في تحقيق أهداف خطة البيع الشخصي:

- توسيع الشبكة العمرانية لتضمن المزيد من العملاء المحتملين من خلال الحضور في المعارض التجارية والمؤتمرات التي ذكرت في خطة العلاقات العامة.
- تقديم عروض مبيعات محدودة الوقت لتحفيز العملاء على الشراء وزيادة متوسط قيمة العملية.
- توظيف فريق مبيعات مؤهل ومدرب لتحسين جودة الخدمة.
- تقديم خدمة ما بعد البيع: استشارات مجانية لمتابعة حالة المشروع، وإعداد تقارير عن أداء وتطور المشروع.
- تقديم العروض التجريبية: تقديم العروض التجريبية لجذب العملاء الجدد وإقناعهم بجودة الخدمات: من خلال اعطائهم الجلسة الاستشارية الاولى مجاناً.

- تقديم مجموعة خدمات تم تسعيرها على شكل حزم: مثل خدمات السوشيال ميديا هناك عروض واسعار متفاوتة بين كل حزمة وأخرى.

التقييم

- مراجعة أداء البيع بانتظام لقياس تقدم الأهداف وتحديد الفرص للتحسين.
- تحليل بيانات المبيعات وتحديد المناطق التي تحتاج إلى تحسين وتطوير.
- تقديم تقارير دورية لإدارة الشركة لتقييم أداء البيع واتخاذ القرارات الاستراتيجية بناءً على النتائج.

- خطة التسويق من خلال البريد الإلكتروني

الفئة المستهدفة

- القطاع الصناعي: الشركات الكبيرة والصغيرة في مجال التصنيع شركات والبناء.
- القطاع التجاري: المتاجر والشركات التي تعمل في البيع بالجملة والتجزئة.
- قطاع الخدمات: الشركات التي تقدم خدمات مهنية مثل الاستشارات والتسويق والمالية.

الاهداف

- الوعي بالعلامة التجارية
- زيادة عدد المشتركين الجدد بنسبة 20% خلال 6 أشهر.
- توليد العملاء المحتملين
- تحويل 10% من المشتركين الجدد إلى عملاء محتملين.
- الاحتفاظ بالعملاء
- زيادة معدل النقر على الرسائل البريدية الحالية بنسبة 15%.

قائمة بريد إلكتروني الخاصة بالفئة المستهدفة وقد تم الحصول عليها من ملتقى رجال الاعمال الفلسطيني مدينة الخليل.

مجموعة من القوائم البريد الإلكتروني الخاصة في شركات الأعمال في:
- القطاع الصناعي

البريد الإلكتروني	اسم الشركة
info@taqaddom.com	شركة التقدم لصناعة القبانات والموازين والأثاث المعدني
nierokh@yahoo.com	شركة نبروخ لصناعة القبانات والموازين والأثاث المعدني
jelanco@eagle.flex.com	شركة جيلانكو للتجارة والصناعة
wisam2012@live.com	شركة نبيل لصناعة وتجارة الأحذية
tossettishoes@yahoo.com	شركة نيو توستي لتجارة وصناعة الاحذية
naboly_f@hotmail.com	شركة نابولي لتجارة وصناعة الأحذية
dr_shawar@yahoo.com	شركة بيرزيت للأدوية
info@tblock.ps	شركة التجهيز والبناء لصناعة أبواب الأمان
wesam@alnaseem.ps	شركة النسيم إخوان للتجارة والاستثمار

info@super-nimer.com	شركة سوبر نمر الصناعية
akram202588@gmail.com	شركة ابيكو بلاست للتجارة والصناعة
mamoon@aljuneidi.com	شركة الوفاء للصناعات البلاستيكية
info@zmzmco.com	شركة زمزم للصناعات البلاستيكية
info@royal.ps	شركة رويال الصناعية التجارية
mohammad@allian.ps	شركة اللبان لصناعة وتجارة البلاستيك
njaradat2006@yahoo.com	شركة الامير لتجارة وصناعة البلاستيك
murad@hitco.ps	شركة هيتكو للاستثمار الصناعي
<u>yousef_zatary@hotmail.com</u>	مصنع الخليل لدباغة الجلود
<u>hreiz.co@gmail.com</u>	شركة احريز لصناعة صناديق السيارات
<u>Abu-hamdiyye-stone@hotmail.com</u>	شركة ابو حمدية للرخام
alain.marble1994@gmail.com	شركة العين للحجارة والرخام م.خ.م.
<u>alain.marble1994@gmail.com</u>	شركة مناصرة للرخام والجرانيت

info@halaika.ps	شركة الحلايقة للانشاءات والمقاولات العامة
hammedhalaykah@gmail.com	شركة التنمية للرخام والتعهدات العامة
al_anoud_2017@yahoo.com	شركة العنود للرخام والحجر
info@alananstone.com	شركة العنان للمحاجر والمناشير والاستثمار
info@alsaheb.net	شركة الصاحب التميمي الصناعية التجارية
h_s_furniture@hotmail.com	شركة السويطي للمفروشات والاجهزة الكهربائي
info@ssmarble.com	شركة سهيل والصاحب للحجر والرخام
info@deadseatreasures.com	شركة هولتي لاند لصناعة الخزف والزجاج
info@tamimi.ps	شركة خزف التميمي
crystal@palnet.com	شركة كرسنال ابو اسنينة للزجاج والمرايا
sbic_co@yahoo.com	شركة شويكي اخوان الصناعية التجارية
info@pic.ps	شركة المصنوعات الورقية

ceo@crystal.ps	شركة كريستال سيكوريت الحديثة للزجاج
info@universal.ps	universal الشركة العالمية لصناعة الفرشات والاسفنج
bassamidais@yahoo.com	شركة الاتحاد للتغليف
info@qawasmij.com	مجموعة القواسمة الاستثمارية
supertec@palnet.com	شركة السيد للمجوهرات

- القطاع التجاري والخدمات

البريد الإلكتروني	اسم الشركة
mahmoud@petromall.ps	شركة بترومول للصناعة والتجارة
aljebrini@gmail.com	شركة أبناء إسماعيل الجبريني التجارية الصناعية
top.system1995@gmail.com	شركة توب سيستم للالومنيوم التجارية
ashraf.qn@hotmail.com	شركة إسماعيل اقنيبي للالمنيوم والاستثمار
ahlia-co@palnet.com	الشركة الاهلية للادوات والتجهيزات المكتبية

alkaisi@palnet.com	محلات القيسي التجارية
basharshawar70@yahoo.com	شركة مصنع الاقصى للمنسوجات والتجارة
jadseyoury@gmail.com	شركة نثریات سیوری للاكسسوارات
rajaie@lamalem.ps	قصر النور / شركة التضامن / ازياء التميمي
Mustafa.pal@hotmail.com	شركة المارك ميت للحوم / شركة أوركيدا للمواد الغذائية
amir@shaheen.ps	شركة باصات عبد الحي شاهين
ayman@tips.ps	شركة الهدف الاردن فلسطين للاوراق المالية
eihab@aramgroup.ps	مجموعة آرام شركة ازدهار فلسطين
mayerb@arabbank.ps	البنك العربي
ossama72m@yahoo.com	مؤسسة مسودي للتخليص الجمركي وتدقيق الحسابات
Mavi.solution@gmail.com	شركة مافي للحلول التسويقية / شركة Golfood للسكاكرو الحلويات
yasharawi@bankofpalestine.com	بنك فلسطين

الايميلات التعريفية الخاصة بالشركة للفئة المستهدفة، تم بناء المحتوى الاول بناءا على الهدف الاول بالخطه، ولكل قطاع من الفئة المستهدفة.

الايميل الاول الخاص في القطاع الصناعي

الموضوع :

اكتشف كيف يمكن لـ 180 Degree تعزيز استراتيجياتك التسويقية في شركتكم.

اسم المستلم: شركة الحلايقة للانشاءات والمقاولات العامة

نود أن نقدم لك شركة 180 Degree، الشركة الرائدة في تقديم استشارات وخدمات تسويقية مبتكرة مخصصة لتعزيز نمو الشركات الصناعية.

من نحن:

180 Degree هي شركة متخصصة في تقديم حلول تسويقية متكاملة للشركات في قطاع الصناعة.

نحن نفتخر بفريقنا من الخبراء الذين يمتلكون معرفة واسعة وخبرة طويلة في مجال التسويق الصناعي.

خدماتنا:

- خدمات الاستشارات التسويقية والتدريب: تقديم استشارات تسويقية مخصصة وبرامج تدريبية لفرق التسويق في الشركات الصناعية.
- خدمات الإنتاج الفني: إنتاج محتوى فني عالي الجودة يشمل الفيديوهات الترويجية والصور الاحترافية لمنتجاتك الصناعية.
- حلول تسويقية رقمية: تنفيذ حملات تسويقية رقمية مبتكرة لتحسين الوجود الرقمي لشركتك وزيادة التفاعل مع العلامة التجارية.
- التخطيط التسويقي الاستراتيجي المتكامل: تطوير خطط تسويقية شاملة ومتكاملة تستند إلى تحليلات السوق وأهداف شركتك.

لماذا 180 Degree؟

نحن في 180 Degree نؤمن بأن كل عميل فريد من نوعه، ولذلك نقدم حلولاً مخصصة تناسب مع احتياجاتك الخاصة. نستخدم أحدث الأدوات والتقنيات لضمان تحقيق أفضل النتائج الممكنة. بالإضافة إلى ذلك، نحن ملتزمون بتقديم دعم مستمر وشامل لضمان نجاح استراتيجيتك التسويقية.

تواصل معنا:

يسعدنا أن نقدم لك استشارة مجانية لمناقشة كيف يمكننا مساعدة عملك على النمو. لا تتردد في التواصل معنا عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف أدناه لتحديد موعد يناسبك.

البريد الإلكتروني: info@180degree.ps

الهاتف: 0598741467

نحن نتطلع إلى فرصة التعاون معك ودعم نجاح عملك.

مع أطيب التحيات،

اسماء

المدير التنفيذي

شركة 180 Degree

www.180degree.ps

[روابط وسائل التواصل الاجتماعي]

ايميل اخر للشركات التي تعمل في القطاع الصناعي

موضوع:

"أحدث استراتيجيات التسويق الرقمي لشركات التصنيع"

مرحبًا

[اسم المستلم/الشركة]!

هل تبحث عن طرق جديدة وفعالة لتعزيز وجودك الرقمي وزيادة مبيعاتك؟ في Degree 180،

نحن نقدم لك أحدث استراتيجيات التسويق الرقمي المصممة خصيصًا لشركات التصنيع.

المحتوى المتوفر:

- مقالات: نقدم لك مقالات شاملة تغطي أحدث الاتجاهات والتطورات في مجال التسويق الرقمي لشركات التصنيع.
- دراسات حالة: اطلع على قصص نجاح شركات التصنيع التي نجحت في تحقيق أهدافها باستخدام استراتيجياتنا.
- إنفوجرافيك: توضيح بصري للمفاهيم والإحصائيات الرئيسية التي تساعدك في فهم الاستراتيجيات بشكل أفضل.

تعرف على المزيد:

اكتشف كيف يمكن استراتيجياتنا المبتكرة أن تساعدك في تحقيق أهدافك التسويقية وزيادة نجاح عملك.

[زر الدعوة إلى العمل: "تعرف على المزيد"]

سجل الآن للحصول على وصول حصري إلى المقالات والدراسات الحالية والانفوجرافيك المميزة التي تقدمها Degree 180.

نحن هنا لمساعدتك في كل خطوة على طريق النجاح. لا تتردد في الاتصال بنا للحصول على مزيد من المعلومات أو لترتيب استشارة مجانية.

البريد الإلكتروني

info@180degree.ps

الهاتف

0598741467

نحن نتطلع إلى فرصة التعاون معك ودعم نجاح عملك.

مع أطيب التحيات،

اسماء داود

المديرة التنفيذية

180 Degree

www.180degree.ps

الموضوع:

اكتشف كيف يمكن خدماتنا التسويقية مساعدتك في اكتشاف وتحقيق أحدث التقنيات في مجال التصنيع لعام
2024

مرحبًا

[اسم المستلم/الشركة]!

هل ترغب في البقاء في طليعة الابتكار في مجال التصنيع؟ نحن هنا لمساعدتك! في هذا الدليل الحصري،
نشاركك بأحدث التقنيات والاتجاهات التي لا يمكن تجاهلها في عام 2024، وكيف يمكن أن تساعدك
خدماتنا التسويقية في الاستفادة منها.

القسم الأول: أحدث التقنيات في مجال التصنيع

- الطباعة ثلاثية الأبعاد: كيفية استخدام الطباعة ثلاثية الأبعاد لتطوير المنتجات بسرعة وكفاءة.
- إنترنت الأشياء (IoT): كيف تساهم الأجهزة المتصلة في تحسين الكفاءة والإنتاجية.
- التحليل البياني: استخدام البيانات الضخمة والتحليل البياني لاتخاذ قرارات مستنيرة.

كيف يمكن خدماتنا التسويقية مساعدتك؟

خطوات عملية لتطبيق هذه التقنيات في منشأتك، بمساعدة فريقنا المتخصص:

1. تقييم الوضع الحالي: تحليل العمليات الحالية وتحديد مجالات التحسين من خلال استشارات تسويقية متخصصة.
2. تطوير خطة تسويقية: وضع خطة تسويقية مفصلة لترويج التقنيات الجديدة.
3. تنفيذ الحملات التسويقية: بدء تنفيذ الحملات التسويقية الرقمية والمرئية لجذب العملاء.
4. مراجعة النتائج: مراقبة أداء الحملات وإجراء التعديلات اللازمة لضمان النجاح المستمر.

نحن ملتزمون بدعمكم في كل خطوة. لا تتردد في التواصل معنا للحصول على استشارة مجانية حول كيف يمكن لخدماتنا التسويقية أن تدعم نمو شركتكم الصناعية.

البريد الإلكتروني

info@180degree.ps

الهاتف

0598741467

نحن نتطلع إلى فرصة التعاون معك ودعم نجاح عملك.

مع أطيب التحيات،

اسماء داود

المديرة التنفيذية

180 Degree

www.180degree.ps

ايمل خاص في الشركات التي تعمل في القطاع الخدماتي

الموضوع:

اكتشف كيف يمكن تحسين حملاتك التسويقية وزيادة رضا العملاء

العنوان:

مرحبًا [اسم المستلم]!

180 نود أن نقدم لك شركة

الشركة الرائدة في تقديم استشارات وخدمات تسويقية مبتكرة مخصصة لتعزيز نمو الشركات الخدماتي ، لكم.

من نحن:

. هي شركة متخصصة في تقديم حلول تسويقية متكاملة للشركات في قطاع الخدمات 180 Degree نحن نفتخر بفريقنا من الخبراء الذين يمتلكون معرفة واسعة وخبرة طويلة في مجال التسويق

الخدمات:

- خدمات الاستشارات التسويقية والتدريب.
- خدمات الإنتاج الفني.
- حلول تسويقية رقمية.
- التخطيط التسويقي الاستراتيجي المتكامل.

تواصل معنا:

يسعدنا أن نقدم لك استشارة مجانية لمناقشة كيف يمكننا مساعدة عملك على النمو
لا تتردد في التواصل معنا عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف أدناه لتحديد موعد يناسبك
البريد الإلكتروني

info@180degree.ps

الهاتف

0598741467

نحن نتطلع إلى فرصة التعاون معك ودعم نجاح عملك

مع أطيب التحيات،

اسماء داود

المديرة التنفيذية

180 Degree

www.180degree.ps

[روابط وسائل التواصل الاجتماعي]

ايمل احر للشركات التي تعمل في القطاع الخدماتي

الموضوع

كيفية تحسين حملاتك التسويقية وزيادة رضا العملاء

مرحبًا

! [الشركة/اسم المستلم]

هل ترغب في تحسين حملاتك التسويقية وزيادة رضا العملاء؟ نحن هنا لمساعدتك! في هذه الندوة عبر الإنترنت المجانية، نشاركك بنصائح وأدوات قيمة لتحسين أداء حملاتك التسويقية

القسم الأول: نصائح لتحسين حملاتك التسويقية استراتيجيات عملية يمكن تطبيقها فورًا لتحسين أداء حملاتك

أدوات تسويقية فعالة قائمة بأفضل الأدوات التي يمكن أن تساعدك في تنفيذ استراتيجياتك : القسم الثاني بكفاءة

قصص نجاح حالات نجاح لشركات مماثلة طبقت هذه النصائح والأدوات : القسم الثالث

انضم إلى ندوتنا المجانية الآن وتعرف على كيف يمكنك تحسين حملاتك وزيادة رضا : الدعوة إلى العمل عملائك

نحن ملتزمون بدعمكم في كل خطوة

لا تتردد في التواصل معنا للحصول على استشارة مجانية

البريد الإلكتروني

info@180degree.ps

الهاتف

0598741467

نحن نتطلع إلى فرصة التعاون معك ودعم نجاح عملك

مع أطيب التحيات،

اسماء داود

المديرة التنفيذية

180 Degree

للقطاع التجاري

الموضوع

180 اكتشف كيف يمكن لـ
تعزيز مبيعاتك من خلال استراتيجيات تسويقية مبتكرة Degree

العنوان:

مرحباً [اسم المستلم]!

نود أن نقدم لك شركة Degree 180، الشركة الرائدة في تقديم استشارات وخدمات تسويقية مبتكرة مخصصة لتعزيز نمو الشركات التجارية.

من نحن:

هي شركة متخصصة في تقديم حلول تسويقية متكاملة للشركات في القطاع التجاري. 180 Degree نحن نفخر بفريقنا من الخبراء الذين يمتلكون معرفة واسعة وخبرة طويلة في مجال التسويق التجاري.

خدماتنا

- خدمات الاستشارات التسويقية والتدريب.
- خدمات الإنتاج الفني.
- حلول تسويقية رقمية.
- التخطيط التسويقي الاستراتيجي المتكامل.

يسعدنا أن نقدم لك استشارة مجانية لمناقشة كيف يمكننا مساعدة عملك على النمو. لا تتردد في التواصل معنا عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف أدناه لتحديد موعد يناسبك.

البريد الإلكتروني

info@180degree.ps

الهاتف:

0598741467

نحن نتطلع إلى فرصة التعاون معك ودعم نجاح عملك

مع أطيب التحيات،

اسماء داود

المدير التنفيذي

180 Degree

info@180degree.ps

[روابط وسائل التواصل الاجتماعي]

ايميل اخر للقطاع التجاري

موضوع:

"تحقيق أقصى استفادة من التسويق الرقمي لزيادة المبيعات"

مرحبًا

[اسم المستلم/الشركة]!

هل تسعى لزيادة مبيعاتك وتحسين وجودك عبر الإنترنت؟ في 180 Degree، نحن هنا

لمساعدتك في تحقيق أقصى استفادة من التسويق الرقمي.

المحتوى المتوفر:

● نصائح:

نقدم لك نصائح مبتكرة ومفيدة لتحسين استراتيجيات التسويق الرقمي الخاصة بك.

● قوائم:

قوائم تضم أدوات وموارد تسويقية مفيدة يمكنك الاستفادة منها لزيادة مبيعاتك.

● قصص نجاح:

اطلع على قصص نجاح شركات مختلفة استطاعت تحقيق نتائج مذهلة من خلال تطبيق استراتيجيات التسويق الرقمي.

احصل على استشارة مجانية:

استفد الآن من فرصة الحصول على استشارة مجانية مع خبراءنا في التسويق الرقمي. دعنا نساعدك في تطوير خطة مخصصة لتحقيق أهدافك التسويقية.

نحن هنا لمساعدتك:

سجل الآن للحصول على المزيد من المعلومات واستفد من خبرتنا في تحقيق نجاحك في عالم التسويق الرقمي.

البريد الإلكتروني

info@180degree.ps

الهاتف:

0598741467

نحن نتطلع إلى فرصة التعاون معك ودعم نجاح عمالك.

مع أطيب التحيات،

اسماء داود

المدير التنفيذي

Degree 180

info@180degree.ps

6.3 ميزانية الحملة الإعلانية والموقع الإلكتروني

تحديد الميزانية للحملة الإعلانية الترويجية الكاملة للشركة يتضمن حساب تكلفة الأدوات والوسائل التي يتم استخدامها في الحملة وحساب المدة الزمنية لاستخدام هذه الوسائل والأدوات وما هو استخدام كل أداة وفيما يلي جدول يوضح تقسيم الميزانية وتوزيعها على مختلف الأدوات ويبرز التكلفة الإجمالية.

المبلغ الكلي	التكلفة	العدد	المدة الزمنية	الاداة
248\$	20\$	14	3 أشهر	اعلانات وسائل تواصل اجتماعي
40\$	40\$	1	6 أشهر	حجز اسم النطاق
35\$	35\$	1	1 سنة	حجز مساحة الاستضافة
45\$	45\$	1	1 سنة	الاشتراك في منصات للمنتاج الفيديوهات
200\$	200\$	200	-	طباعة الفلاير
100\$	300\$	2000	-	طباعة Business card
300\$	300\$	-	-	تصميم Logo
	\$968	التكلفة الكلية		التكلفة الكلية

الفصل الرابع

- 1.4 استراتيجية المشروع.
- 2.4 الدراسة السوقية الشاملة.
- 3.4 تحليل المنافسين.
- 4.4 أفراد العمل ودور كل فرد منهم.

1.4 استراتيجية المشروع

<p>تستخدم الشركة جميع أدواتها وأنشطتها التسويقية لتحقيق هدفها الرئيسي، وهو خلق تأثير إيجابي في نجاحك من خلال إرساء مفهوم تسويقي يركز على التميز في الأداء التسويقي لتحقيق القيمة الذهنية التالية لخلق فرق بارز في نجاحك</p>	<p>القيمة المقترحة "value Proposed"</p>
<p>تستهدف الشركة الشركات القائمة في القطاعات الصناعية، التجارية، والخدماتية في فلسطين. تم التركيز على احتياجاتهم التسويقية، حيث تميزت العملية بالتحليل العلمي واقتراح حلول عملية لتلبية احتياجاتهم، خاصة فيما يتعلق بغياب فرق تسويقية متخصصة داخل أقسامهم حيث تعمل الشركة بجهد حتى تلبي احتياجات الشركات المستهدفة.</p>	<p>شرائح عملاء "Customer segments"</p>
<ul style="list-style-type: none"> - تحليل احتياجات العملاء. - تطوير استراتيجيات التسويق. - إنشاء المحتوى. - تصميم وتطوير الموقع. - إدارة العلاقات مع العملاء. - تحليل الأداء والتقارير. - التسويق والترويج. - البحث والتطوير. 	<p>نشاطات رئيسية "Key Activities"</p>
<ul style="list-style-type: none"> - اتحادات الأعمال مثل ملتقى رجال الأعمال الفلسطيني، وغرفة تجارة محافظة الخليل. - حاضنات ومسرعات الأعمال. - شركات الدعاية والاعلان. 	<p>شراكات رئيسية "Key partnerships"</p>

<p>الموارد البشرية</p> <ul style="list-style-type: none"> - أشخاص ذو خبرة. - مصور. - مبرمج. - مصمم. - كاتب محتوى. - مدخل بيانات. <p>الموارد التقنية</p> <ul style="list-style-type: none"> - الاستضافة والترخيص. - الإضافات التي سيتم استخدامها في تصميم وتطوير الموقع. <p>الموارد المادية</p> <ul style="list-style-type: none"> - الأجهزة الحاسوبية والمعدات الفنية. - البرمجيات والتطبيقات. - الإنترنت والاتصالات. - تكاليف الاستضافة والدومين - التسويق والإعلانات. - التدريب والتطوير الشخصي. - التكاليف الإدارية والإشرافية. - تكاليف الصيانة والتحديث. 	<p>موارد رئيسية "Key Resources"</p>
<ul style="list-style-type: none"> - رسوم الاشتراك: الاشتراك في خدمات إضافية لحزم السوشيال ميديا. - إدارة المنصات وتنفيذ الحملة. - اشتراك شهري بقيمة 500 شيكل. - اشتراك لإدارة الموقع الإلكتروني. - عرض منتجات العملاء عبر الموقع الإلكتروني الخاص بالشركة. - بيع قوائم تنظيم المحتوى. - عمولة من الحملات الإعلانية عبر الإذاعات. - الترويج للشركات في المعارض من خلال فريق الشركة. 	<p>مصادر إيرادات "Revenue Stream"</p>

<p>المعدات وأجهزة:</p> <ul style="list-style-type: none"> - كاميرا \$2000 - كمبيوتر \$2600 - اثاث \$3000 - ماكينة طباعة \$300 - انترنت واتصالات \$700 - اجار مكتب \$5000 - حجز نطاق الموقع \$30 - حجز استضافة موقع \$35 - الرواتب 	<p>هيكل التكاليف "Cost structure"</p>
<ul style="list-style-type: none"> - تقديم برامج مخصصة للعملاء تشمل خصومات وعروضات. - محتوى مساعد من خلال منصات التواصل الاجتماعي 	<p>العلاقة مع العملاء "Customer Relationships"</p>
<ul style="list-style-type: none"> - موقع إلكتروني. - تطبيق هاتف محمول. - مواقع التواصل الاجتماعي. 	<p>قنوات التوزيع "Distribution channels"</p>

2.4 الدراسة السوقية الشاملة

طرق جمع البيانات وتحليلها

تم استخدام Google Forms لإنشاء الاستبانة، نظرًا لكونها وسيلة سريعة ومريحة لجمع الردود، كما أنها غير مكلفة ويمكن تحليل نتائجها بسرعة وشفافية، تم توزيع الأسئلة عبر البريد الإلكتروني على الفئات المستهدفة، مع شرح الهدف العام للبحث بتفاصيله، وتم الحصول على 54 إجابة، بعد ذلك، تم تحليل البيانات المجمعة من خلال استعراضها وتصنيفها وفقًا للمعايير المحددة، مما أدى إلى اكتشاف الاتجاهات والمعلومات الرئيسية واستخلاص النتائج الرئيسية لتوجيه البحث واتخاذ القرارات المستقبلية.

- تحليل أسئلة الدراسة "الاستبانة"

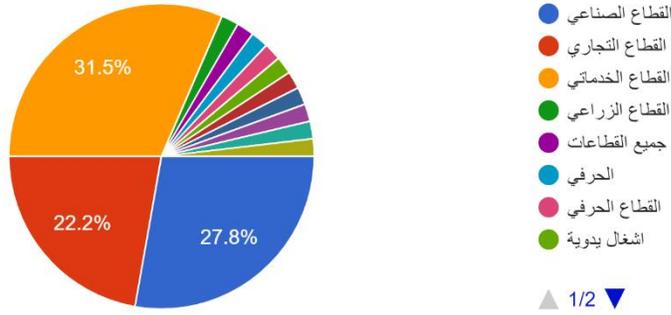
- اسم الشركة/ المشروع

- شركة النسائم للصناعات الغذائية
- Qv style
- مول وملحمة البايض
- شركة sunlight
- Mabella مابيلا
- محل mobilco
- شركة شاهين للتوصيل
- اريج بيوتي
- SHEIN's Argument
- 50 studio
- ميكي ديزاين
- شركة ليدر للاحذية
- شركة الجبريني لمنتجات الالبان والمواد الغذائية
- سينيرجي للاستشارات
- ملتقى رجال الاعمال الفلسطيني
- غرفة تجارة وصناعة محافظة الخليل
- شركة حامد الجدع للكهرباء والطاقة
- شركة Umut
- مركز بيوتي مير
- Chanel's salon
- 21 cafe
- شركة كريستال ابو سنينة
- شركة تارجت الاستثمارية
- خديجة - هاله زغير
- Shiny store
- ألوان

- دار عبير للتراث
- Noor handmade jewellery
- ستوديو رحيل
- راما للتصنيع الغذائي
- ذكريات من الخليل
- Reema handmade
- دمی للكروشيہ
- شيرين رجب جبريل اعبيدو
- مطرقات السفونه
- Salam candle-شموع سلام
- مطبخ ست البيت
- جمعية البيوت السعيدة
- Emy store
- Rabia magic care
- النقاء
- تطريز وطباعة
- فوزية محمد احمد ابو عوده
- الياسمين بيوتي
- مجوهرات حرباوي اخوان
- ازاهير للتراث الفلسطيني
- غصن كافية
- الشهد لتنظيم المعارض والبازارات
- شركة الحرباوي للاستثمار والتجارة الدولية - هيتكو
- شركة رويال الصناعة التجارية
- شركة نيو توسني لتجارة وصناعة الاحذية
- Grants
- شركة كريستال سيكوريت الحديثة للزجاج
- مريم للتراث والأشغال اليدوية

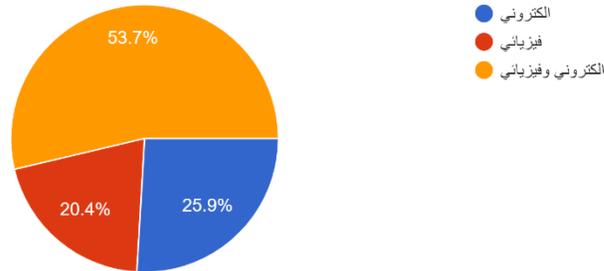
- في أي من القطاعات التالية تعمل الشركة/ المشروع
تم التعرف على القطاعات التي تعمل بها الشركات/ المشاريع وكانت كالتالي:

في أي من القطاعات التالية تعمل الشركة/ المشروع
54 responses



- طريقة تواجد الشركة/ المشروع
كما هو موضح بالرسم البياني الشركات التي كانت تعمل بشكل إلكتروني وفيزيائي نسبتها كبيرة
53.7%، وكانت نسبة الشركات التي تعمل بشكل إلكتروني 25.9% والتي تعمل بشكل فيزيائي كان
بنسبة 20.4%.

طريقة تواجد الشركة/ المشروع
54 responses

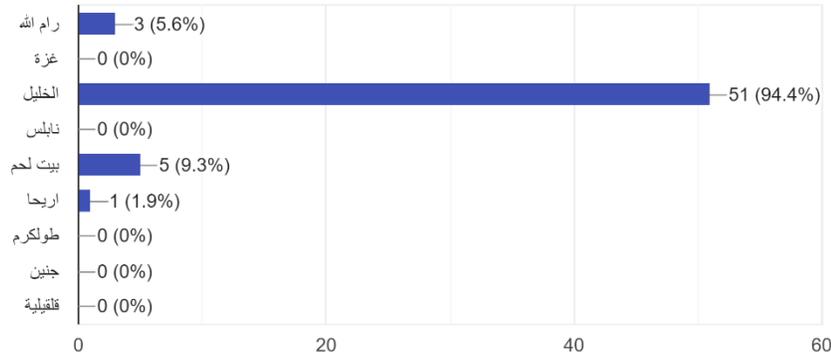


- في حال تواجد الشركة بشكل فيزيائي اين يتواجد مقر الشركة

كانت أن أغلب الشركات المتواجدة بشكل فيزيائي كان مقرها الرئيسي في مدينة الخليل.

في حال تواجد الشركة بشكل فيزيائي اين يتواجد مقر الشركة

54 responses

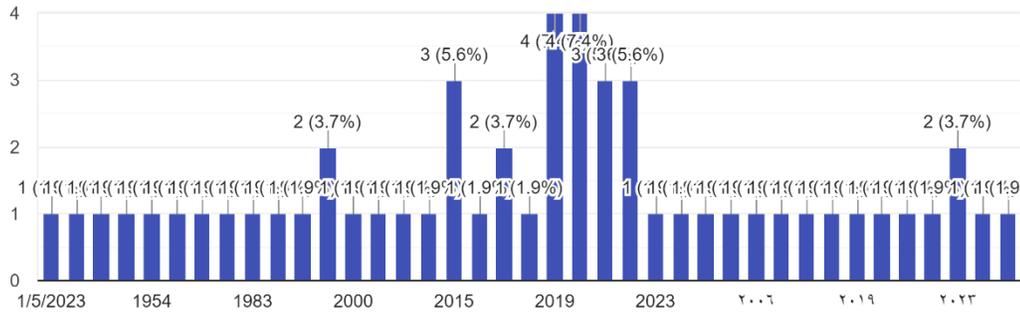


- متى تأسست الشركة/ المشروع

هناك عشر شركات من الذين قاموا بتعبئة الاستبيان تأسسوا بين عامي 1954-2000، وخمس شركات تأسسوا بين عامي 2000-2010، أما بنسبه لباقي الشركات الذي قامت بتعبئة الاستبيان وكان عددهم 38 تم تأسيسهم بين عامي 2010-2023.

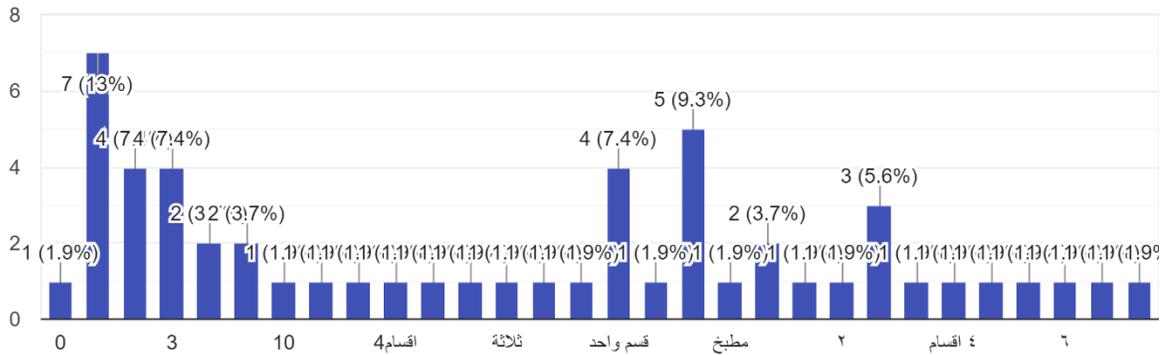
متى تأسست الشركة/ المشروع

54 responses



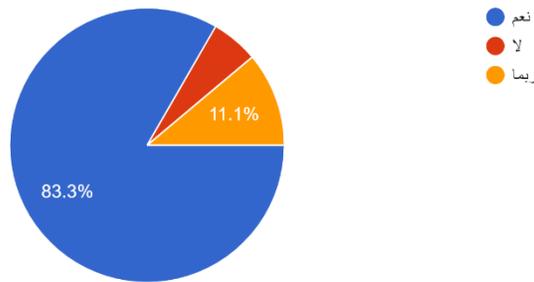
- ما عدد الأقسام في الشركة/ المشروع
- حصلنا على 54 اجابة كما هو موضح بالصورة، ولقد قمنا بالإطلاع عليهم بشكل تفصيلي، حيث أن هناك 50 شركة لديها أقل من 10 أقسام، بينما كانت هناك 4 شركات لديها أكثر من 10 أقسام.

ما عدد الأقسام في الشركة/ المشروع
54 responses



- هل الشركة/ المشروع بحاجة لخدمات تسويقية احترافية
- كما ظهر في نتائج الاستبيان أن نسبة الشركات والمشاريع التي بحاجة إلى خدمات تسويقية كبيرة حيث كانت نسبتهم 83.8%.

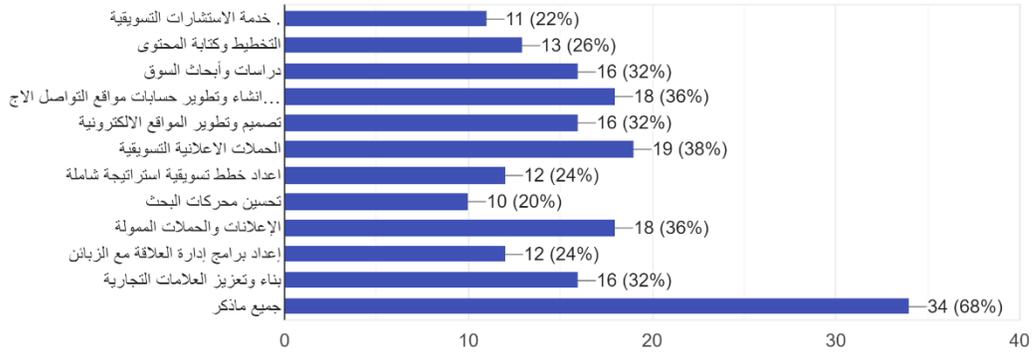
هل الشركة/ المشروع بحاجة لخدمات تسويقية احترافية
54 responses



- إذا كانت الإجابة نعم، ماهي طبيعة الخدمات التسويقية التي تحتاجونها الشركات التي أجابت بنعم، كان منها 68% بحاجة إلى جميع الخدمات التي تقدمها الشركة، بينما باقي الشركات كانوا بحاجة إلى بعض الخدمات فقط.

إذا كانت الإجابة نعم، ماهي طبيعة الخدمات التسويقية التي تحتاجونها

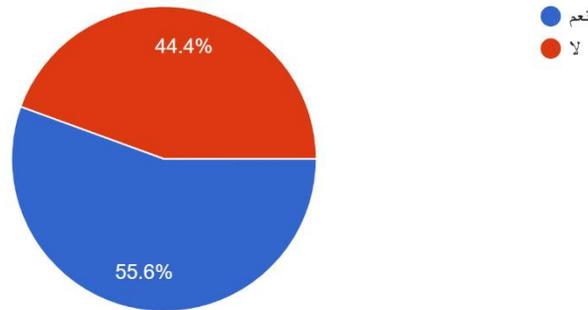
50 responses



- هل تقوم الشركة/ المشروع بإجراء دراسات سوقية يوجد نسبة جيدة من الشركات تقوم بعمل دراسات سوقية ولكن ظهرت أن النسبة الأكبر من الشركات لا تقوم بعمل هذه الدراسات وكانت نسبتهم 44.4%.

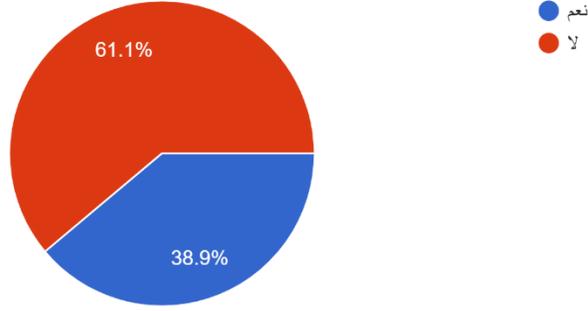
هل تقوم الشركة/ المشروع بإجراء دراسات سوقية

54 responses



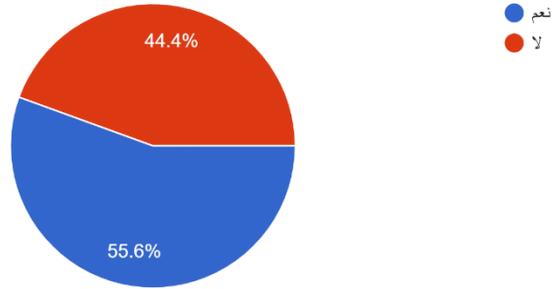
- هل لديك موظفين تسويق في الشركة/ المشروع
ظهر من خلال الاستبيان الذي تم طرحه للشركات أن النسبة الأكبر من الشركات لا يتواجد لديهم
موظفين مختصين بالتسويق.

هل لديك موظفي تسويق في الشركة/المشروع
54 responses



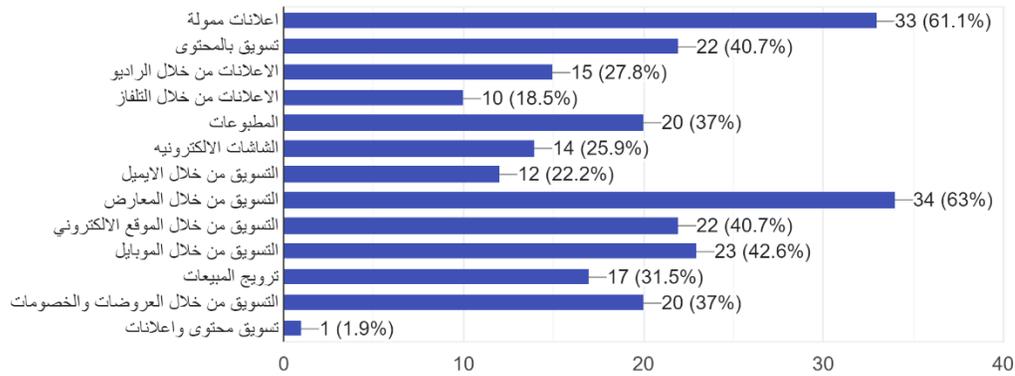
- هل هناك خطة تسويقية معتمدة للشركة/ المشروع
بعد أن أجابت الشركات على الاستبيان الذي طرحناه، تبين أن نسبة كبيرة منها، بلغت 55.6%، لديها
خطة تسويقية معتمدة لشركتهم.

هل هناك خطة تسويقية معتمدة للشركة/المشروع
54 responses



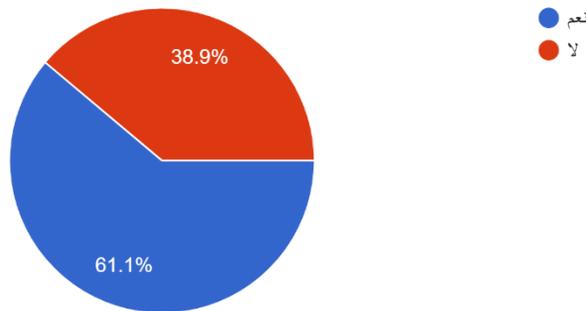
- ما هي أبرز الأدوات التسويقية والترويجية التي تستخدمها من أبرز الأدوات التسويقية والترويجية التي ظهرت من خلال الاستبيان، تبيّن أن الشركات تستخدم الإعلانات الممولة والتسويق من خلال المعارض بنسبة كبيرة، بينما كانت الأداة الأقل استخداماً هي التسويق عبر البريد الإلكتروني.

ما هي أبرز الأدوات التسويقية والترويجية التي تستخدمها؟
54 responses



- هل يوجد لديكم موقع إلكتروني خاص بالشركة/المشروع معظم الشركات، بلغت نسبتها 61.1%، كان لديها موقع إلكتروني خاص في مجال عملها.

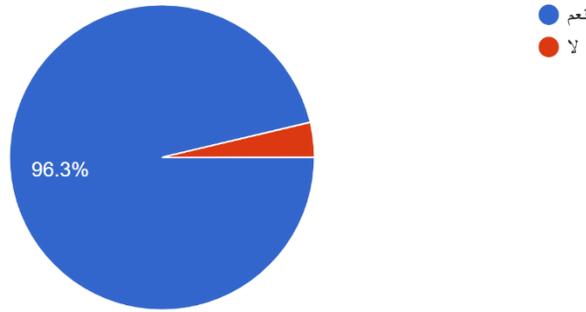
هل يوجد لديكم موقع إلكتروني خاص بالشركة/المشروع
54 responses



- هل يوجد لديكم منصات تواصل اجتماعي من بين الأسئلة التي طُرحت في الاستبيان، كانت واحدة تستفسر عما إذا كانت للشركات منصات تواصل اجتماعي، وكانت النتيجة كالتالي: أغلب الشركات، بنسبة كبيرة جداً وصلت إلى 96.3%، لديها منصات تواصل اجتماعي، بينما كانت نسبة 3.7% من الشركات أجابت بأنها لا تمتلك منصات اجتماعية.

هل يوجد لديكم منصات تواصل اجتماعي؟

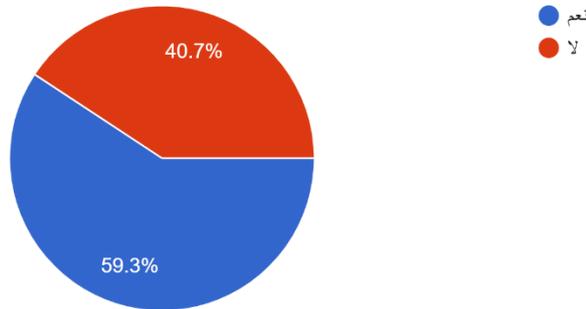
54 responses



- هل لديك خطة للتفاعل مع جمهورك عبر منصات التواصل الاجتماعي معظم الشركات بنسبة تصل إلى 59.3%، كانت تتفاعل مع جمهورها، بينما بلغت نسبة الشركات التي لا تتفاعل مع جمهورها 40.7%.

هل لديك خطة للتفاعل مع جمهورك عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

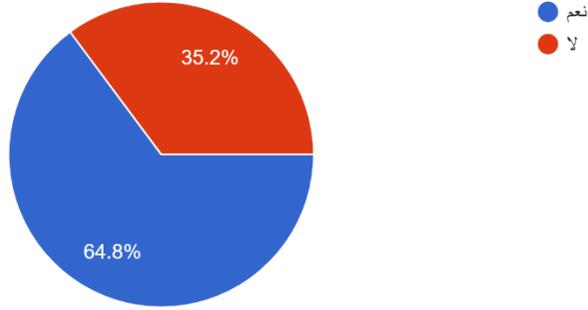
54 responses



- هل لديك ميزانية مالية مخصصة للأنشطة التسويقية
تبيّن أن لدى الشركات ميزانية مالية مخصصة للأنشطة التسويقية، حيث بلغت نسبة الشركات
التي قامت بالإجابة نعم 64.8%.

هل لديك ميزانية مالية مخصصة للأنشطة التسويقية ؟

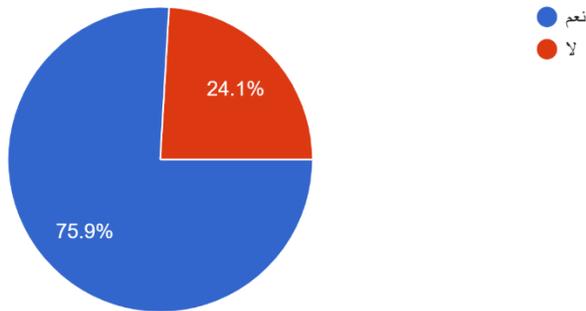
54 responses



- هل يوجد للشركة/ المشروع نية بالتعاقد مع شركة تسويق مختصة بتقديم الخدمات
التسويقية
تبيّن أن هناك نسبة كبيرة من الشركات والمشاريع لديها نية في التعاقد مع شركة تسويقية، حيث بلغت
نسبتهم 75.9%.

هل يوجد للشركة/ المشروع نية بالتعاقد مع شركة تسويق مختصة بتقديم الخدمات التسويقية ؟

54 responses



3.4 تحليل المنافسين

المقدمة

هذا الجزء يركز على تحليل المنافسين المباشرين وغير المباشرين في جنوب الضفة الغربية. يعد تحليل المنافسين جزءًا حيويًا في دراسة جدوى أي مشروع، حيث يساعد في فهم السياق التنافسي واتخاذ قرارات استراتيجية ناجحة. يتضمن التحليل استكشافًا دقيقًا لقوة وضع المنافسين الحاليين في السوق الفلسطيني، مع التركيز على آلية عملهم وخدماتهم للزبائن وكيفية تفاعلهم معهم. كما يساعد في تحديد موقع المشروع في السوق وتطوير استراتيجيات التميز عن المنافسين. وعلى الرغم من أهمية هذا التحليل، إلا أننا واجهنا صعوبة في جمع المعلومات حول المنافسين بسبب النقص في المعلومات المتاحة في المؤسسات الرسمية. تم عرض أبرز المنافسين المسجلين قانونيًا، مع التأكيد على أن الشركات غير المسجلة قانونيًا لا يوجد لديها تصنيف رسمي.

OO Promotion Agency (رام الله)

نقاط الضعف	نقاط القوة	كيف تتفاعل مع زبائننا	التواجد الإلكتروني	الخدمات التي تقدمها	وصف الشركة
<ul style="list-style-type: none"> - لا يوجد موقع إلكتروني. - لا يوجد خطة تفاعل لها عبر منصاتها. - لا يوجد الا منصة واحدة لديها وهي الفيسبوك، وليس لديها منصات أخرى. -تواصل العملاء يكون فقط عبر الواتس اب. 	<ul style="list-style-type: none"> -لديها خدمة المعارض لدى الشركات، أطلقت برنامج للاشتراك في المعرض الذي يقام في - مدينة رام الله، اسمه " مطبخي " . - يوجد لها ملف خاص في الشركة توصف فيه نفسها وتعرض خدماتها فيه. 	<ul style="list-style-type: none"> ليس لديها موقع إلكتروني خاص بها وتتواجد الشركة على وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن تواجدها ليس بقوة واضحة، وقد تبين ذلك بعد تحليلنا للوجود الإلكتروني حيث اكتفت بإنشاء صفحة على الفيسبوك دون أن تظهر نشاطًا فعليًا عليها. 	<p>Facebook</p> <p>https://www.facebook.com/oq.promotion.agenc</p>	<ul style="list-style-type: none"> - إدارة مشاريع تسويق مباشر - ترويج مبيعات تصميم جرافيكي - إدارة وسائل التواصل الاجتماعي. 	<ul style="list-style-type: none"> - وكالة تسويقية إعلامية رقمية متكاملة للخدمات التي تأسست في فلسطين - رام الله، وتقدم خدمات تسويق الوسائط الرقمية لبناء علاقات قوية وطويلة الأمد بين الشركة وزبائننا، تركز استراتيجيتها على المفاهيم الإبداعية والمعرفة الإعلامية وفهم عميق للصناعة ليحققوا نتائج نوعية وكمية.

شركة مافي للحلول التسويقية - mavi for marketing solution (الخليل)

وصف الشركة	الخدمات التي تقدمها	التواجد الإلكتروني	كيف تتفاعل مع زبائننا	نقاط القوة	نقاط الضعف
هي شركة تقدم خدمات متنوعة في عدة تخصصات ضمن مجال التسويق، يكتسب فريق الشركة المكانة في السوق التنافسي من خلال الإبداع في تقديم مزيج من الأفكار و المهارات بشكل منسق كذلك تقديم الخدمات النوعية، المنتجات النهائية و مخرجات عالية الجودة . تعتمد الدعاية الفردية والإهتمام الثابت الذي توجهه إلى جميع المشاريع التي تقدمها وتعتبره من العوامل الأساسية في استقطاب عملها.	كتابة محتوى ابداعي إدارة منصات حسابات مواقع التواصل الاجتماعي خدمات المواقع والتطبيقات تنظيم الفعاليات الانتاج المرئي والصوتي إدارة حملات الحشد والتأييد والمناصرة	<p>Facebook https://www.facebook.com/Mavi.paldestine/</p> <p>Instagram https://www.instagram.com/mavi.marketing/</p> <p>Linkedin https://ps.linkedin.com/mavi-marketing-solutions-b42182203</p> <p>Behance https://www.behance.net/mavisolution35cc/appreciated</p> <p>Youtube https://www.youtube.com/@mavimarketing265</p>	<p>عندما قمنا في البحث في المنصات المرفقة لشركة Mavi Marketing solution ليس لديها خطة تفاعل مع الزبائن فهي لا تقوم في نشر محتوى بشكل دوري بل تقوم في نشر محتوى خلال فترات متفاوتة ما بين ٦ أشهر أو ٤ أشهر تقوم في نشر محتوى ترويجي أو تسويقي.</p> <p>مع أنها تمتلك منصات تواصل اجتماعي بالفعل هي لا تمتلك تواجد إلكتروني قوي لانه لا يوجد موقع إلكتروني للشركة الذي يعتبر الجذع الرئيسي للتفاعل مع الجمهور ، بكونها شركة تقدم خدمات تسويقية.</p> <p>نرى أن التواجد الإلكتروني المتكامل امر بالغ في الأهمية حتى تستطيع تطبيق قيمها وأهدافها وانطباعها التسويق الإبداعي.</p>	<p>- يوجد لها ملف خاص في الشركة توصف فيه نفسها وتعرض خدماتها فيه.</p> <p>- تقدم حزمة خدمات تسويقية متكاملة.</p> <p>- حصة سوقية كبيرة في السوق، لديها عدد كبير من المنافسين.</p> <p>- فريق عمل متنوع ومتخصص ولديه كفاءة علمية ٣٥٪ من الطاقم حاصل على شهادة بكالوريوس، ماجستير في الإدارة والتسويق.</p> <p>- تنوع منصات التواصل الاجتماعي التي تتواجد عليها.</p>	<p>- لا يوجد موقع إلكتروني.</p> <p>- لا يوجد خطة تفاعل لها عبر منصات.</p> <p>- لم تقم في عرض جميع خدماتها عبر منصات.</p> <p>- ولم تروج لنفسها من خلال عرض الاعمال التي انجزتها في جميع خدماتها.</p>

شركة ضروري - Darory agency (الخليل)

نقاط الضعف	نقاط القوة	كيف تتفاعل مع زبائننا	التواجد الإلكتروني	الخدمات التي تقدمها	وصف الشركة
<p>- فريق العمل الخاص في الشركة وتحديدا خبراء التسويق يتواجد في فرعها الخارج فلسطين الأردن.</p> <p>- لا يوجد خطة واضحة للمتدربين لديها (وقد تم استنتاج هذه النقطة من خلال تدريب بعض من الطالبات المختصين في هذا المشروع بالشركة)</p> <p>- لديها متابعين وهميين عبر السوشيال ميديا 11 الف متابع، ولكن ليسوا متفاعلين.</p>	<p>- وجود موقع إلكتروني.</p> <p>- وجود ملف تعريفى خاص بالشركة الشركة .</p> <p>- يوجد لها فرع في دولة خارج فلسطين (عمان الاردن) .</p>	<p>تمتلك شركة ضروري تواجد رقمي متكامل بحيث أنها أرفقت جميع منصاتها من خلال موقعها الإلكتروني، لكن ضروري ليس لديها خطة تفاعل حالية تتفاعل مع جمهورها المستهدف ، بعد ما قمنا بتحليل منصاتنا وجدنا أن شركة ضروري لا تقوم بنشر منشوراتها بشكل دوري و منظم بل تقوم بالنشر خلال فترات متفاوتة كل 4 إلى 3 أشهر ، و المحتوى الذي تشاركه عبارة عن اخبار الشركة ، ليس المحتوى الخاص في الخدمات التسويقية التي تقدمها .</p>	<p>website darrory.com</p> <p>Facebook DarroryAgency</p> <p>Youtube @darroryagency4214</p> <p>Instagram darroryagency</p> <p>Linkedin darroryagency</p> <p>X DarroryAgency</p>	<p>- خدمة الإنتاج الفني</p> <p>- حلول تسويقية، استشارات و التدريبات</p>	<p>أطلقت نفسها شركة ضروري من خلال مقالته التالية : حجم الحاجة التي يتطلبها السوق الفلسطيني لوجود شركة إنتاج تدعم المحتوى الخاص بها، الذي يشجعها على توسيع خدمات وكالة ضروري لتلبية هذه الحاجة من خلال شراكة استراتيجية مع أحد أهم شركات الإنتاج والتوزيع الفني في المملكة الأردنية الهاشمية "شركة تلسكوب للإنتاج والتوزيع الفني" تقدم مجموعة متكاملة من الانتاجات الفنية بأسلوب مهني إبداعي على أيدي فريق من الخبراء للنهوض بالمحتوى الفلسطيني الترفيهي الهادف لأول مرة على مستوى الوطن العربي.</p>

شركة انطلق - Intaleq (رام الله)

نقاط الضعف	نقاط القوة	كيف تتفاعل مع زبائننا	التواجد الإلكتروني	الخدمات التي تقدمها	وصف الشركة
<p>-على الرغم من تواجد دومين للموقع الإلكتروني بعد الانتقال إليه ليس هناك محتوى تسويقي فعال ومنظم. - ليس هناك تكامل في تصميم علامتها التجارية حيث " هناك تعدد في الهوية البصرية الخاصة بالشركة " لاحظنا ان الموقع الإلكتروني لديه لوجو وهوية بصرية مختلفة عن المشاركين عبر منصتها الإلكترونية.</p>	<p>- وجود موقع إلكتروني.</p>	<p>تمتلك شركة انطلق تفاعلاً إلكترونياً متوسطاً، حيث يوجد لديها موقع إلكتروني خاص، ومع ذلك، لا تفاعل مع زبائننا عبر منصات التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، يفتقر تفاعلها على منصات مثل الفيس بوك والانستغرام، ولاحظنا عدم الانسجام في الهوية البصرية مع موقعها الإلكتروني، الموقع الإلكتروني له هوية بصرية مختلفة عن المنصات المستخدمة.</p>	<p>Website https://www.intaleq.me</p> <p>Facebook https://www.facebook.com/intaleq.me</p> <p>Instagram intaleq me</p>	<p>استراتيجية التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي إدارة وسائل التواصل الاجتماعي الإعلان عبر الإنترنت التسويق عبر البريد الإلكتروني تحسين محركات البحث ورشة عمل تدريبية</p>	<p>وكالة تسويق رقمي ووسائل التواصل الاجتماعي، تساعد العلامات التجارية على الاستفادة القصوى من وسائل التواصل الرقمية والاجتماعية، وتركز على تحقيق نتائج لا مثيل لها في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. تساعد العلامات التجارية على التفوق والفوز في مجال يزدحم بالمنافسة، سواء من المنافسين أو حتى من قطاعات أخرى، وذلك بتكلفة معقولة.</p>

شركة كلمات kalemat company (نابلس)

نقاط الضعف	نقاط القوة	كيف تتفاعل مع زبائنها	التواجد الإلكتروني	الخدمات التي تقدمها	وصف الشركة
<p>- لا يوجد لها خطة تفاعل عبر منصاتها.</p> <p>- لا يوجد ملف خاص في الشركة توصف فيه خدماتها المقدمة.</p>	<p>- وجود موقع إلكتروني.</p>	<p>على الرغم من وجود الشركة بشكل قوي على منصة Facebook، إلا أنها لا تظهر تفاعلاً فعالاً مع جمهورها، وتفتقر إلى نشر منشورات حديثة حول خدماتها. على سبيل المثال، آخر منشور لها كان في عام 2023 وتكاد تكون تفاعلاتها مع العملاء غير واضحة أو معدومة.</p>	<p>Website https://kalemat.com/</p> <p>Facebook https://www.facebook.com/kalemaattmarketing/</p>	<p>انشاء مواقع إلكترونية تسويق إلكتروني إعلانات ممولة تصميم جرافيكى إنشاء محتوى رقمي انشاء متاجر الكترونية</p>	<p>شركة رائدة في التسويق الإلكتروني، تحرص على توفير جميع الإمكانيات وتحقيق جميع متطلباتها التي تساعد على نجاح النشاط التجاري، وتعمل الشركة على زيادة مبيعات وترويج لنشاطات الزبون ودعم العلامة التجارية من خلال الخدمات الإبداعية التي تقدمها في التسويق الإلكتروني، اشهار المواقع تصميم شعارات، يعتبرون أن المقياس الحقيقي لجورة خدماتهم ونجاحها هي النتائج التي يحصلون عليها.</p>

التميت للتكنولوجيا - ultimate technology (جنين)

نقاط الضعف	نقاط القوة	كيف تتفاعل مع زبائننا	التواجد الإلكتروني	الخدمات التي تقدمها	وصف الشركة
<p>لا يوجد لها تفاعل عبر منصاتها. لا يوجد ملف خاص في الشركة توصف فيه خدماتها المقدمة.</p>	<p>- وجود موقع إلكتروني. - توفر برامج خاصة بإدارة العيادات الطبية، إدارة محلات لتأجير الفساتين، إدارة صالونات التجميل</p>	<p>على الرغم من وجود الشركة بشكل قوي على الموقع الإلكتروني والعديد من الصفحات على وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنها لا تظهر تفاعلاً فعالاً مع جمهورها، وتفتقر إلى نشر منشورات حديثة حول خدماتها. على سبيل المثال، آخر منشور لها كان في عام 2022، وتكاد تكون تفاعلاتها مع العملاء غير واضحة أو معدومة.</p>	<p>Website https://umtco.com/ar/index.php</p> <p>Facebook https://www.facebook.com/umtocom</p> <p>Instagram https://www.instagram.com/ultimate.tech</p> <p>YouTube https://www.youtube.com/channel/UCn7VukqM4jhQWAawL9VU</p>	<p>التصميم الجرافيكي التسويق الإلكتروني تحسين الظهور على مواقع البحث استضافة المواقع الإلكترونية، تطوير البرامج للأعمال، تصميم وتطوير المواقع الإلكترونية، تحسين الظهور على مواقع البحث، استضافة المواقع الإلكترونية، خدمات البريد الإلكتروني للأعمال، تطبيقات جوجل السحابية.</p>	<p>التميت للتكنولوجيا، شركة تكنولوجيا معلومات فلسطينية، متخصصة في تطوير البرامج للأعمال، تصميم وتطوير المواقع الإلكترونية، التصميم الجرافيكي، التسويق الإلكتروني، تحسين الظهور على مواقع البحث، استضافة المواقع الإلكترونية، خدمات البريد الإلكتروني للأعمال، تطبيقات جوجل السحابية.</p>

شركة طيف للدعاية والاعلان (الخليل)

نقاط الضعف	نقاط القوة	كيف تتفاعل مع زبائننا	التواجد الإلكتروني	الخدمات التي تقدمها	وصف الشركة
<p>لا يوجد لديهم فريق مختص في التسويق.</p> <p>لا يوجد لها موقع إلكتروني.</p> <p>لا يوجد لديها خطة للتفاعل مع جمهورها " قمنا في البحث في منصات الشركة وتبين أنه ليس لديها خطة تفاعل مع الزبائن فهي لا تقوم في نشر محتوى بشكل مستمر حيث انه اخر محتوى قامت بنشره على ال Instagram في ال 2014 واخر محتوى على الفيسبوك عام 2022 لذلك هي بالفعل لا تمتلك تواجد إلكتروني قوي لأنه لا يوجد موقع إلكتروني للشركة وغير متفاعلة على منصات التواصل الاجتماعي.</p>	<p>تمتلك فريق تصميم جرافيك محترف.</p> <p>لديها أجهزة ومعدات الطباعة.</p>	<p>قمنا في البحث في منصات الشركة وتبين أنه ليس لديها خطة تفاعل مع الزبائن فهي لا تقوم في نشر محتوى بشكل مستمر حيث انه اخر محتوى قامت بنشره على ال Instagram في ال 2014 واخر محتوى على الفيسبوك عام 2022 لذلك هي بالفعل لا تمتلك تواجد إلكتروني قوي لأنه لا يوجد موقع إلكتروني للشركة وغير متفاعلة على منصات التواصل الاجتماعي.</p>	<p>Facebook</p> <p>https://www.facebook.com/Taifead?mibextid=LQQJ4d</p> <p>Instagram</p> <p>https://instagram.com/taifead?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA==</p>	<p>الدعاية والاعلان الطباعة بكافة الاشكال المختلفه على الزجاج، المرايا، الخشب تصميم بطاقات دعوة بمختلف أشكالها، الطباعة على شاحنات الشركات</p>	<p>هي شركة تقدم خدمات متنوعة ومتكاملة في الطباعة والدعاية والاعلان، تتميز بالإبداع وتحديداً في الطباعة وبالإضافة انها تعتمد على الدعاية والاعلان والتصميم لكافة المناسبات بأشكال مختلفة.</p>

تم تحليل الـ **social media, Website** الخاصة بالمنافسين

شركة ضروري	
<p>تمتلك الشركة موقع إلكتروني موضحة عليه من هي الشركة، والمبدأ التي تعتمدها داخل الشركة من الريادة والإبتكار، والتكامل والتنوع، ايضاً الإبداع .</p> <p>يمتاز موقعهم بتناسق كامل من حيث الألوان النماذج المستخدمة به والخطوط فهو يعتبر فعليا من المواقع الجميلة وسهلة الإستخدام، كذلك الشركة موضحة آلية عملها مع زبائنها وهذا يسهل على الزبائن فهم طريقة العمل.</p> <p>أيضا موضحة شركة ضروري الخدمات التي تقدمها والأعمال التي قامت بتقديمها للعملاء.</p> <p>ايضا الشركة موضحة في صفحة خاصه الوظائف التي تحتاجها.</p> <p>وتعرض الشركة مجموعة من المقالات والمحتوى الخاص بها بشكل متكامل.</p>	Website
<p>تتفاعل الشركة على منصة Facebook لديهم 12 ألف متابع بالإضافة إلى 12 ألف إعجاب، حيث يتم نشر العديد من الفيديوهات خلال الأسبوع، ويتفاعل المتابعون عبر الإعجابات أكثر من التعليقات.</p>	Facebook
<p>تتفاعل الشركة على منصة Instagram لديهم 15.2 ألف متابع و106 منشورات، حيث يتفاعل المتابعون بشكل ملحوظ مع المنشورات، ولاحظنا أنهم يتفاعلون بشكل أكبر على مقاطع الـ Reels من خلال الإعجابات والتعليقات.</p> <p>تم تعريف الخدمات، المكاتب، والعملاء عبر قسم الـ highlights.</p>	Instagram
<p>لا تتفاعل الشركة على منصة X حيث لديهم 3 متابعين فقط على هذه المنصة.</p>	X
<p>تتفاعل الشركة على YouTube، حيث تمتلك 1.7 ألف مشترك.</p> <p>في السابق، كانت الشركة غير متفاعلة كثيراً على هذه المنصة، ولكن لاحظنا أنها بدأت بالنشر</p>	Youtube

مؤخرًا، حيث تم نشر آخر فيديو للشركة منذ 11 يومًا، ووصل عدد المشاهدات إلى 4.2 ألف مشاهد، كما أن الفيديو حصل على 37 تعليقًا.	
تتفاعل الشركة على LinkedIn بشكل قليل ، حيث تمتلك 775 متابع . حيث تم نشر آخر منشور قبل شهر واحد شهر3.	Linkedin

شركة مافي للحلول التسويقية	
لا يوجد لديهم موقع إلكتروني.	Website
لديهم 9.7 ألف متابع بالإضافة إلى 9.3 ألف إعجاب، تقوم الشركة بالتفاعل على هذه المنصة عبر المنشورات، لكن لا يوجد تفاعل كبير من قبل المتابعين.	Facebook
لديهم 911 متابع و79 منشورًا، ومع ذلك، لا تتفاعل الشركة بشكل كبير على هذه المنصة، ولا يوجد تفاعل من قبل المتابعين.	Instagram
لديها 17 متابع و598 شخص يشاهد مشاريعهم.	Behance
الشركة لا تتفاعل على هذه المنصة، حيث يوجد لديهم 12 فيديو ومتابع واحد فقط.	Youtube
لا يوجد تفاعل على هذه المنصة ولديها متابع واحد فقط	Linkedin

شركة طيف للدعاية والإعلان	
لا يوجد لديهم موقع إلكتروني.	Website
تمتلك الشركة صفحة على فيسبوك، ومع ذلك، لم تقم بالنشر أو التفاعل مع زبائنها منذ عام 2021. يوجد لدى الصفحة 4.4 ألف متابع و4.3 ألف إعجاب.	Facebook
الشركة تمتلك حسابًا على منصة Instagram، لكنها لم تقم بالنشر عليها منذ عام 2014. تم الحصول على 61 متابع فقط.	Instagram

شركة انطلق	
الشركة الفلسطينية تمتلك موقعًا إلكترونيًا يعرض معلومات عن خدماتها لعملائها في مجال التسويق، بالإضافة إلى الإعلان عن افتتاح أكاديمية قريبًا. يمكن للزبائن العثور على جميع تفاصيل الاتصال بها، وموقع الشركة على الخريطة بشكل واضح. تستخدم الشركة ألوان الشعار في موقعها بشكل متناسق، مما يجعل الموقع جذابًا ومريحًا للزوار. كما يسهل الموقع التنقل فيه وفهم خدمات الشركة بوضوح.	Website
الشركة تمتلك صفحة على Facebook، ومع ذلك، لا تتفاعل عليها بشكل دوري، وكان آخر تفاعل عليها في عام 2023. يوجد للصفحة 9.2 ألف متابع و2.8 ألف إعجاب، لاحظنا أن الشعار والألوان في الصفحة على Facebook لا يتطابقان مع تلك الموجودة على الموقع الإلكتروني.	Facebook
تمتلك الشركة صفحة Instagram ولكنها لم تتفاعل عليه من سنة 2022، وتمتلك الصفحة 2 Followers. ولاحظنا أن الصفحة Instagram وال	Instagram

Website غير متطابقين من حيث logo وألوان.
--

شركة كلمات	
تمتلك الشركة موقعًا إلكترونيًا يوضح الخدمات التي تقدمها، بالإضافة إلى شرح حول موضوع التسويق الإلكتروني واستراتيجياته والأدوات المستخدمة فيه. يتميز الموقع بسهولة التنقل والاستخدام، كما يوضح أيضًا طرق التواصل مع الشركة.	Website
تمتلك الشركة 3.2 ألف متابع و3.1 ألف إعجاب على هذه المنصة، ومع ذلك، فإنها لا تتفاعل على هذه المنصة. قامت بنشر آخر منشور في شهر أبريل عام 2023.	Facebook

شركة التميز	
تمتلك الشركة موقعًا إلكترونيًا يوضح معلومات حول الشركة والخدمات والبرامج التي تقدمها، بالإضافة إلى طرق التواصل معها. يتميز موقعهم بسهولة التنقل بين الصفحات وبساطة المحتوى.	Website
لا تتفاعل الشركة على هذه المنصة، حيث تحتوي الصفحة على 383 متابع، وحازت على 375 إعجاب. حيث نشرت الشركة آخر منشور على الصفحة عام 2022	Facebook
لا تتفاعل الشركة على هذه المنصة.	Instagram
تمتلك الشركة منصة YouTube، حيث أنها حصلت القناة على 71 مشترك وقامت الشركة بنشر 14 فيديو ولكن منذ سنة لم تتفاعل عليها مرة أخرى	Youtube

شركة OQ Promotion Agency	
لا يوجد لديهم موقع إلكتروني.	Website
لديهم 2.8 ألف متابع وإعجاب على هذه المنصة، ومنذ منتصف عام 2023 لم يكن هناك أي تفاعل على هذه المنصة.	Facebook

4.4 أفراد العمل ودور كل فرد منهم

الاسم	دور العمل
آية جواد الحرباوي	تنسيق مواعيد اللقاءات تنسيق الملف وعمل التعديلات النهائية الإشراف على الفريق كتابة الخاتمة المساعدة في كتابة الملخص قمننا بكتابة المقدمة وصف الشركة المنافسة نقاط التمايز المزيج التسويقي تحليل القطاع أسئلة الاستبيان وتوزيعه على الشركات تحليل منافسين وعمل ال persona حجز النطاق والمساحة. جميع هذه النقاط قمننا بعملها كفريق متكامل. في الفصل الثاني الذي سيتم ذكره قمننا بعمله كفريق إية ونرمين وساره، ومن الأعمال التي قمننا بها: مقدمة ونبذة عن الموقع اهداف الموقع الإلكتروني أهمية الموقع الإلكتروني الحاجة السوقية التي يغطيها الموقع مقومات نجاح الموقع الإلكتروني شرح الخطوات المتبعة في تحضير بشكل إلكتروني. نوع الموقع المنوي العمل عليه. مبررات استخدام مساحة الحجز اسم النطاق ومبررات اختياره. شرح الاسم والشعار استراتيجية ال social media الداعمة. ايضاً قمننا بعمل الفصل الثالث: المقدمة. أهداف الحملة الترويجية. الرسالة الترويجية. قنوات الاتصال التسويقي. تصاميم اعلانات مواقع التواصل الاجتماعي.
أسماء حمدي داود	وصف الشركة نقاط التمايز الفئة المستهدفة المزيج التسويقي تحليل القطاع اعداد مع الفريق المقدمة

<p>اعداد مع الفريق المنافسة اعداد مع فريق تحليل SOWT analysis اعداد مع مع الفريق مقدمة موقع الإلكتروني كتابة اهمية/ اهداف الموقع من الإلكتروني تصميم الموقع الإلكتروني. ميزانية الحملة الاعلانية الرسالة الترويجية اهداف الحملة الاعلانية اعداد خطة العلاقات العامة خطة التسويق بالمحتوى، خطة التسويق بالإيميل، خطة ترويج المبيعات. أعداد Business model canvas الدراسة السوقية.. كتابة أسئلة الدراسة – توزيعها على الشركات – وتحليلها مع الفريق اعداد تحليل المنافسين المشاركة في الإعلانات حجز النطاق والاستضافة إعداد صفحات وسائل التواصل الاجتماعي تعديل على البرزنتيشن تصميم واعداد الدليل المادي Logo</p>	
<p>تصميم إعلانات الخدمات، البوسترات، البرزنتيشن المشاركة في تصوير الفيديو التثويقي عمل صفحة "تواصل معنا" بالموقع الإلكتروني قما بكتابة المقدمة وصف الشركة المنافسة نقاط التمايز المزيج التسويقي تحليل القطاع أسئلة الاستبيان وتوزيعه على الشركات تحليل منافسين و عمل ال persona حجز النطاق والمساحة. جميع هذه النقاط قما بعملها كفريق متكامل. في الفصل الثاني الذي سيتم ذكره قما بعمله كفريق اية ونرمين وساره، ومن الأعمال التي قما بها: مقدمة ونبذة عن الموقع اهداف الموقع الإلكتروني أهمية الموقع الإلكتروني الحاجة السوقية التي يغطيها الموقع مقومات نجاح الموقع الإلكتروني شرح الخطوات المتبعة في تحضير بشكل إلكتروني. نوع الموقع المنوي العمل عليه. مبررات استخدام مساحة الحجز</p>	<p>ساره عهدي الجعبري</p>

<p>اسم النطاق ومبررات اختياره. شرح الاسم والشعار استراتيجية ال social media الداعمة. ايضاً قمنا بعمل الفصل الثالث: المقدمة. أهداف الحملة الترويجية. الرسالة الترويجية. قنوات الاتصال التسويقي. تصاميم اعلانات مواقع التواصل الاجتماعي. كرت الدعوة</p>	
<p>كتابة المقدمة وتحليل كتابة العوامل الخارجية والاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية والبيئية والسياسية صياغة الأسئلة المستخدمة في الاستبيان الذي تم تقديمه للشركات جمع وتحليل المعلومات المتعلقة بالمنافسين والموقع ووسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بهم إعداد وتحليل ال persona القوائم البريدية في خطة اليميل المشاركة في الصفحة الرئيسية في الموقع الالكتروني، Landing Page.</p>	<p>ميسم صالح كرجة</p>
<p>تصوير ومونتاج الفيديو التسويقي صور البوسترات قمنا بكتابة المقدمة وصف الشركة المنافسة نقاط التمايز المزيج التسويقي تحليل القطاع أسئلة الاستبيان وتوزيعه على الشركات تحليل منافسين و عمل ال persona حجز النطاق والمساحة. جميع هذه النقاط قمنا بعملها كفريق متكامل. في الفصل الثاني الذي سيتم ذكره قمنا بعمله كفريق اية ونرمين وساره، ومن الأعمال التي قمنا بها: مقدمة ونبذة عن الموقع اهداف الموقع الإلكتروني أهمية الموقع الإلكتروني الحاجة السوقية التي يغطيها الموقع مقومات نجاح الموقع الإلكتروني شرح الخطوات المتبعة في تحضير بشكل إلكتروني. نوع الموقع المنوي العمل عليه. مبررات استخدام مساحة الحجز اسم النطاق ومبررات اختياره. شرح الاسم والشعار</p>	<p>نرمين خالد العسلي</p>

-	استراتيجية ال social media الداعمة.
-	ايضاً قمنا بعمل الفصل الثالث:
-	المقدمة.
-	أهداف الحملة الترويجية.
-	الرسالة الترويجية.
-	قنوات الاتصال التسويقي.
-	تصاميم اعلانات مواقع التواصل الاجتماعي.
-	كرت الدعوة

الخاتمة

وفي نهاية هذا المشروع، نعبر عن خالص شكرنا وامتناننا لكل من ساهم في إنجاح هذا العمل. كان الهدف من هذا المشروع هو إنشاء شركة خدمات واستشارات تسويقية، والعمل على تنفيذ حملة ترويجية وتطوير موقع إلكتروني لها، وذلك تطبيقاً للمعرفة النظرية والمهارات العملية التي اكتسبناها خلال فترة دراستنا.

من خلال هذا المشروع، تمكنا من تحقيق العديد من الأهداف، والتي تشمل تطوير استراتيجيات تسويقية مبتكرة، وتحليل السوق المستهدف، وتصميم وتنفيذ حملة تسويقية فعالة. كما قمنا بتطوير موقع إلكتروني يعكس هوية الشركة ويعزز من تواجدنا الرقمي.

نشكر الله عز وجل على توفيقه لنا في إتمام هذا العمل، ونخص بالشكر مشرف المشروع الدكتور عبد الناصر دعنا على دعمه وتوجيهاته القيمة. كما نتوجه بالشكر إلى جامعة بوليتكنك فلسطين وكلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات على توفير البيئة الأكاديمية الداعمة لنا.

نتمنى أن يكون هذا المشروع إضافة قيمة للمجال الأكاديمي والعملية، وأن يساهم في تطوير قطاع التسويق الإلكتروني في فلسطين. ونسأل الله التوفيق والسداد في مسيرتنا المستقبلية.

References

- (Medium.com, 2015, p. 2)
(وزارة الاقتصاد الفلسطيني، 2018، صفحة 1)
(غرفة تجارة وصناعة محافظة الخليل، 2018)
(دليل الصناعات والحرف، صفحة 4)
(تأثير العوامل السياسية على التنبؤ بالسوق، 2017، صفحة 2)
(العوامل الثقافية وتأثيرها على اتجاهات السوق، 2018، صفحة 1)
(academy.hsoub.com, 2020, p. 5)
(abualkomboz.com)
(altaswieq.com)