

أهداف الشركة

- زيادة الوعي بعلامة الشركة التجارية.
- بناء سمعة قوية للشركة كخبير في مجال التسويق والمبيعات.
- جذب عملاء جدد وزيادة التحويلات.
- تعزيز التواصل مع العملاء

فريق العمل

- كاتب محتوى
- مصمم
- مدير صفحات

الجمهور المستهدف

- أصحاب المشاريع (الناشئة - الصغيرة - المتوسطة)
- الأفراد (المسوقون) الفريланسر

الإحتياجات

- زيادة المبيعات
- إستراتيجيات التسويق
- بناء العلامة التجارية

العمر

من ٢٥ الي ٤٥سنة

الجنس

٥٠٪ذكور ٥٠٪إناث

المنصة الأساسية

فيس بوك

مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs)

الهدف

- زيادة المتابعين (١٠٠ الي ٢٠٠) خلال شهر
 - تقديم خدمات مجانيه أو عروض مخفضه.
- (10 - 15) عميل

المواقع الجغرافية

- السودان
- مصر
- عمان
- السعودية
- الإمارات
- قطر

التحديات

- ضعف التواجد الرقمي
- انخفاض المبيعات

السبت	محتوى توعوي	تفاعلي
الأحد	محتوى توعوي (إحصائيات ترند)	ريلز تسويقي
الاثنين	محتوى تعليمي	تفاعلي
الثلاثاء	محتوى تسويقي(نتائج عملاء)	ريلز (ugc)
الأربعاء	محتوى توعوي (قصصي)	تفاعلي
الخميس	Tips & Tricks Marketing	ريلز فكاهي
الجمعة	دعاء	عروض الجمعة

معدل النشر (٢ منشور يوميا)

مقسمة كالتالي

- ٤ محتوى توعوي
- ٤ محتوى تعليمي
- ٤ محتوى قصصي
- ٤ محتوى (إحصائيات /ترند)
- ٤ محتوى تسويقي
- ٤ محتوى إعلاني
- ٤ محتوى (Tips&Tricks)
- ٤ ريلز تسويقي
- ٤ ريلز UGC
- ٤ ريلز فكاهي
- ١٢ محتوى تفاعلي

ملحوظة

الشهر الأول

تقديم خدمات مصغرة مجانيه
تهدف إلى

- زيادة المتابعين
- نتائج عملاء
- قصص ما وراء الكواليس
- UGC

الريلز

الإهتمام بالهوك (اول ٣ ثواني)
لجذب الجمهور