



كيف تسوق لمشروعك الرقمي بنجاح





بسم الله الرحمن الرحيم



نبذة تعريفية



- خبير في تكنولوجيا المعلومات بخبرة تزيد عن 17 عامًا في المملكة ، في مجالات متعددة مثل تنفيذ تخطيط موارد المؤسسات ، والتحول الرقمي ، وإدارة التغيير ، وأتمتة العمليات ، والتطبيقات ، والأمن السيبراني ، والقيادة الفعالة وغيرها.
- خريج جامعة الملك فهد وحاصل على شهادتين بكالوريوس في الهندسة : هندسة الحاسب وهندسة التحكم الالي وماجستير و دكتوراة في هندسة النظم ودبلوم إدارة أعمال – الإدارة الدولية.
- عمل في عدة شركات منها : سابك ، صلب ستيل ، تكوين المتطورة للصناعات ، شركة الحلول الاستراتيجية و دار اليوم للطباعة والنشر



@DrFaisal2020



DrFaisalAcademy



DrFaisalAcademy



Drfaisalalnasser



www.drfaialacademy.com





المحاور الرئيسية



بناء خطة تسويق
مناسبة



مقدمة عن التسويق
الرقمي وادواته



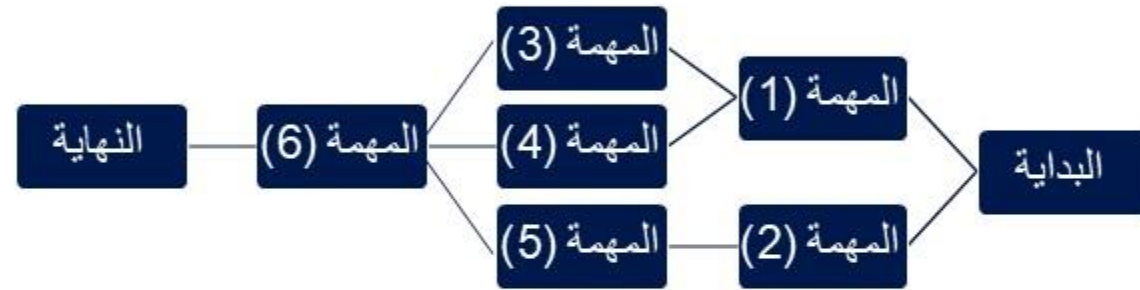
نماذج وامثلة عن
مشاريع رقمية



مقدمة عن المشاريع الرقمية
وادارتها

مقدمة عن المشاريع الرقمية وإدارتها

ما هو المشروع – التعريف 1



التعريف 1: المشروع عبارة عن سلسلة من الأنشطة الفريدة والمركبة والمتصلة - وليست روتينية - ولها هدف أو غرض محدد لتقديم خدمة أو منتج ويجب إكمالها في وقت محدد ضمن حدود الميزانية ووفقًا للمواصفات ولا يخلو من المخاطر.

- عبارة عن سلسلة من الأنشطة الفريدة والمركبة والمتصلة التي لها هدف أو غرض واحد ويجب إكمالها في وقت محدد وفي حدود الميزانية ووفقًا للمواصفات.

• أمثلة:





العطاء الرقمي
Attaa Digital



ما هي إدارة المشاريع ؟

ما هي إدارة المشاريع؟

هي عملية تنظيم وإدارة الموارد المتاحة للوصول للمطلوب

هي تطبيق العمليات والأساليب والمهارات والمعرفة والخبرة لتحقيق أهداف المشروع المحددة ضمن المعايير المتفق عليها

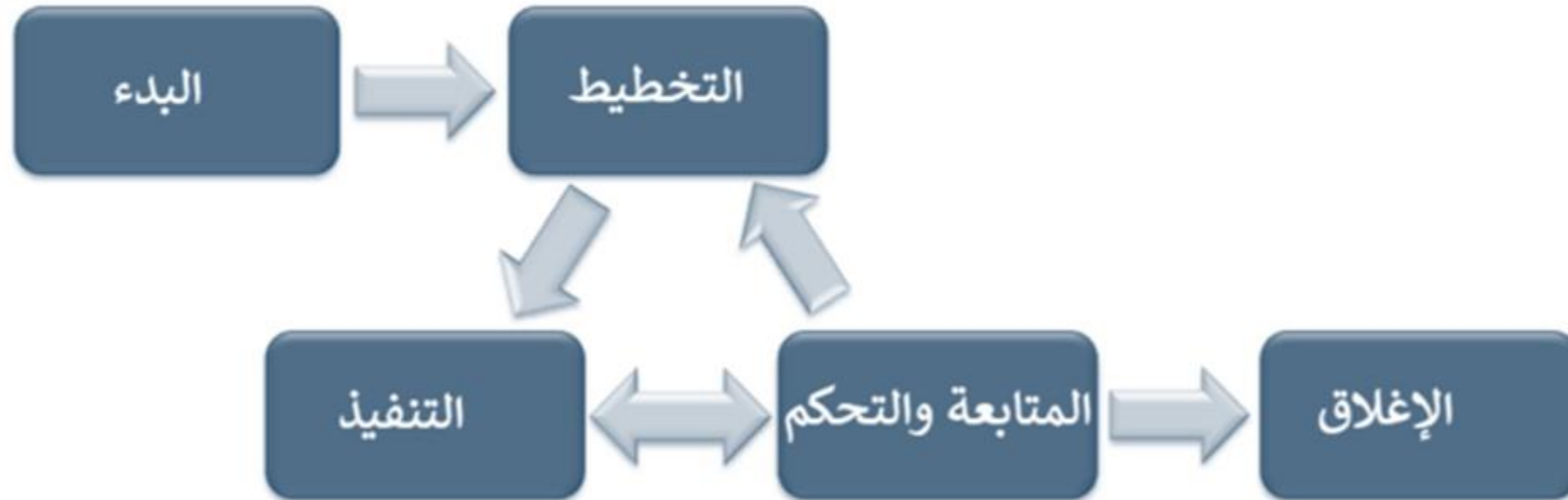




منهجيات إدارة المشاريع

المنهجية هي نظام من الممارسات والتقنيات والإجراءات والقواعد التي يستخدمها أولئك الذين يعملون في تخصص ما.

مراحل المشاريع بشكل عام



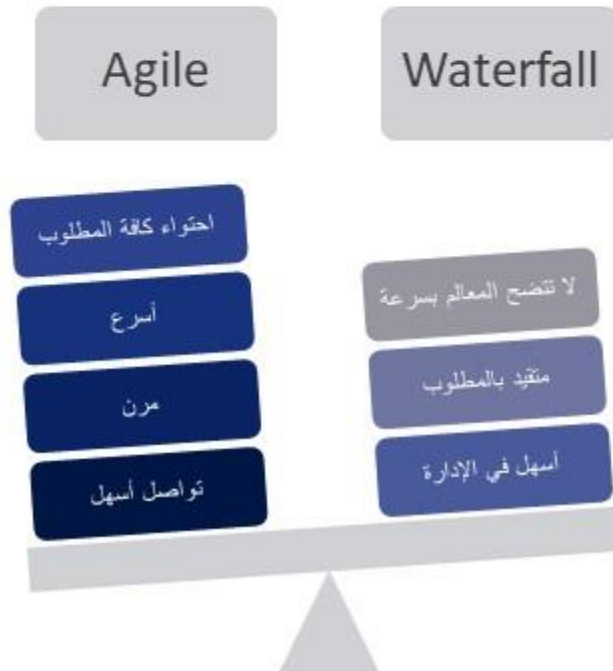
Project Management Methodologies

منهجيات إدارة المشاريع

الرشيق أو المرن – عملية لإدارة مشروع
يتضمن تعاونًا مستمرًا وعمل متكرر



تخطيط المشاريع بالكامل
ثم تنفيذها على مراحل



التحليل وجمع
المتطلبات

التصميم

التطوير والبرمجة

الاختبار

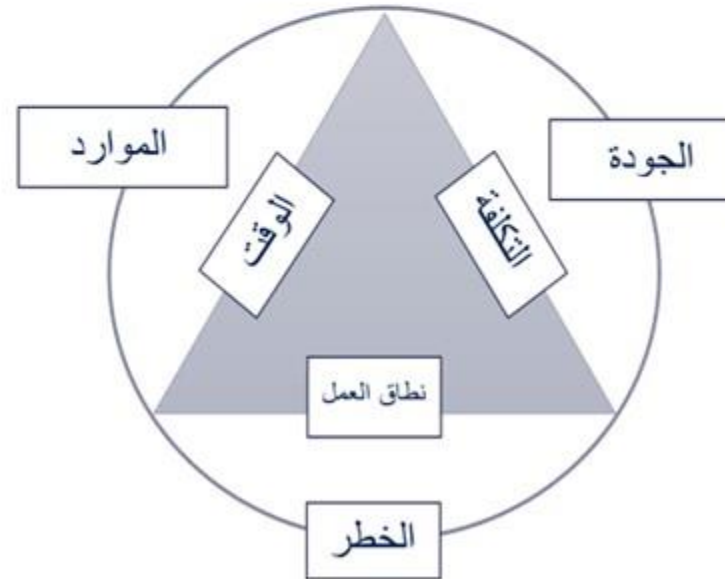
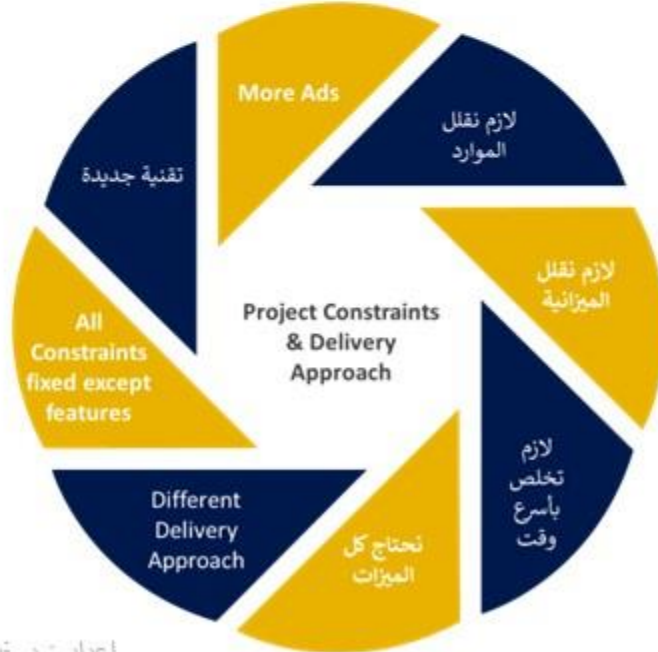
التسليم والصيانة

المصنوعات اليدوية الثلاثة والمراسم الثلاثة التي
تشكل scrum أولاً ، دعنا نلقي نظرة على كيفية

خطوات إدارة المشاريع بشكل مبسط



1. عرف مشروعك



2 - قائمة المهام

تخصيص
الميزانية

تصميم دورات
العمل

تحديد نطاق العمل

البرمجة

خطة
التسويق

تكوين
الفريق

تدريب
المستخدمين

تحميل
التطبيق في
المتجر

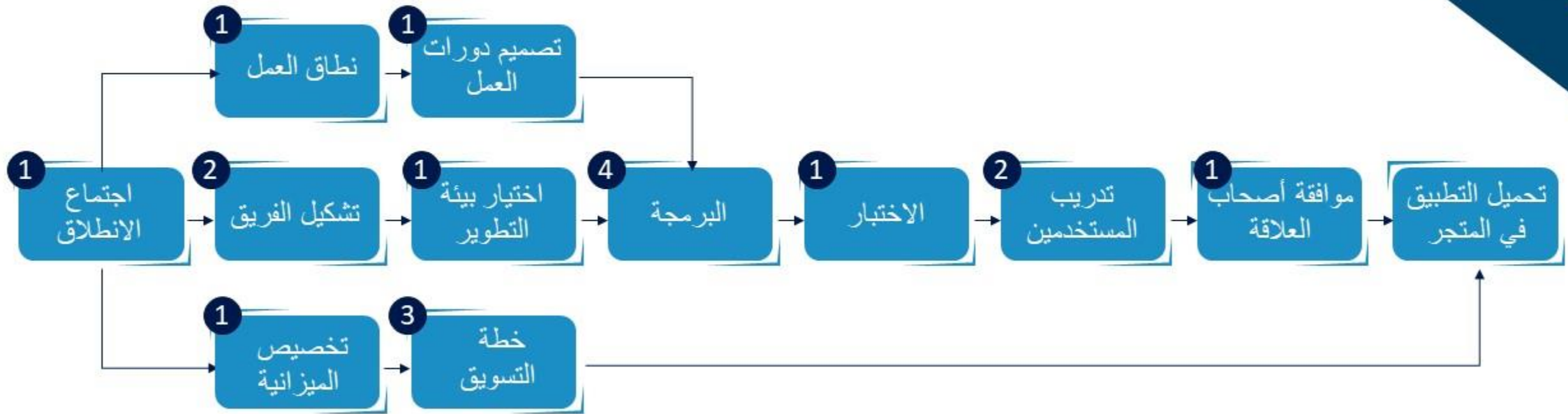
موافقة أصحاب
العلاقة

اجتماع
الانطلاق

الاختبار

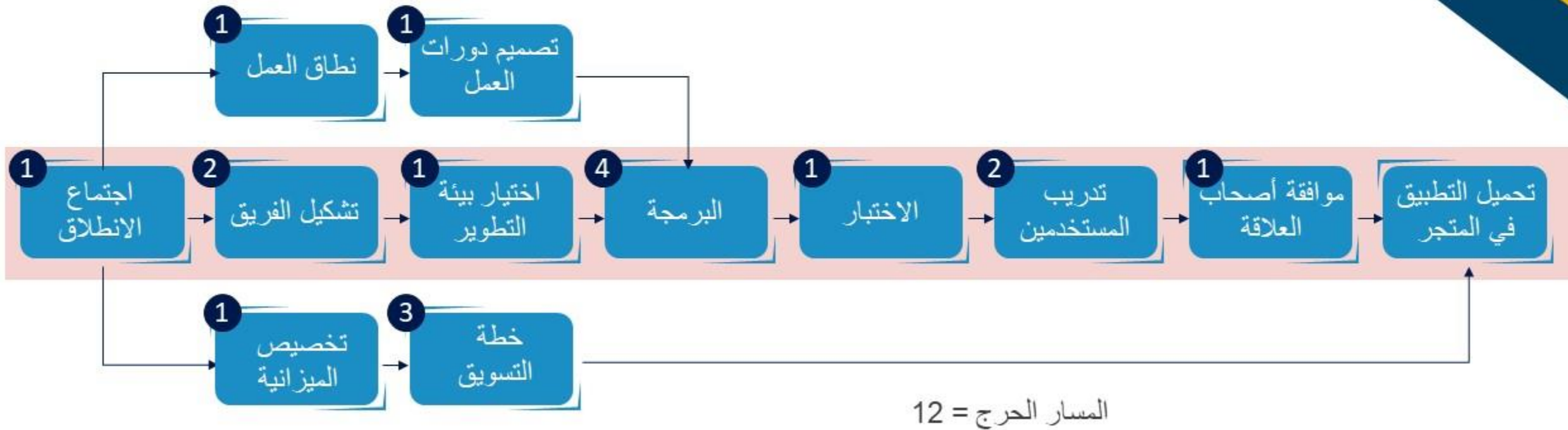
اختيار بيئة
التطوير المناسبة

3- رتب المهام واحسب الوقت اللازم لها



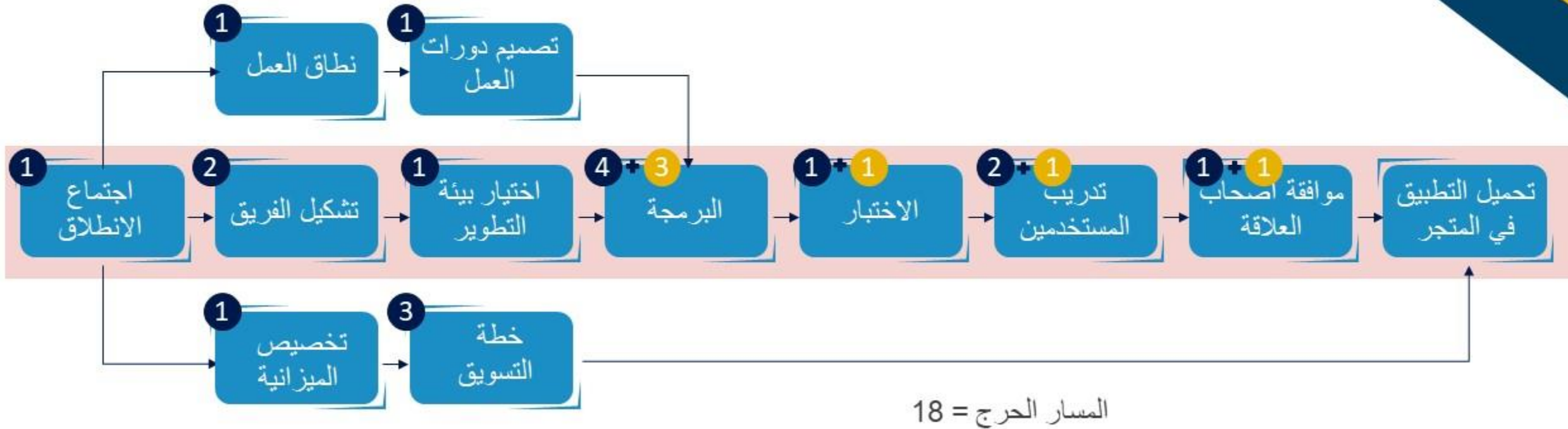
تطوير تطبيق جوال

3- احسب الوقت اللازم للمهام – المسار الحرج



تطوير تطبيق جوال

4- خذ الأسوأ بعين الاعتبار



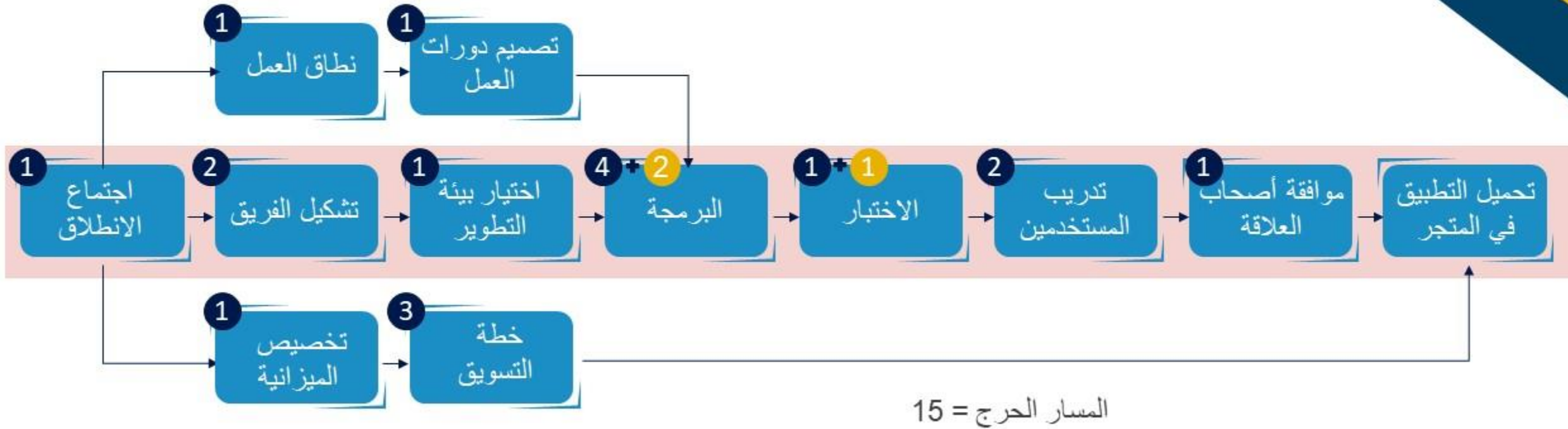
تطوير تطبيق جوال

4- خذ الأسوأ بعين الاعتبار – فكرة مساعدة



نأخذ من 6 أسابيع
الزائدة 50%
وهي تعادل 3
أسابيع

4- خذ الأسوأ بعين الاعتبار – بعد التعديل



تطوير تطبيق جوال

5- هل تحتاج تعديل؟ تسريع؟ لسيير العمل



زيادة الموارد



اشراك موارد خارجية



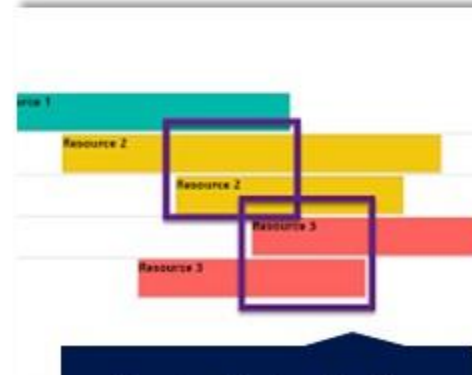
وقت اضافي



تقليل في نطاق المشروع

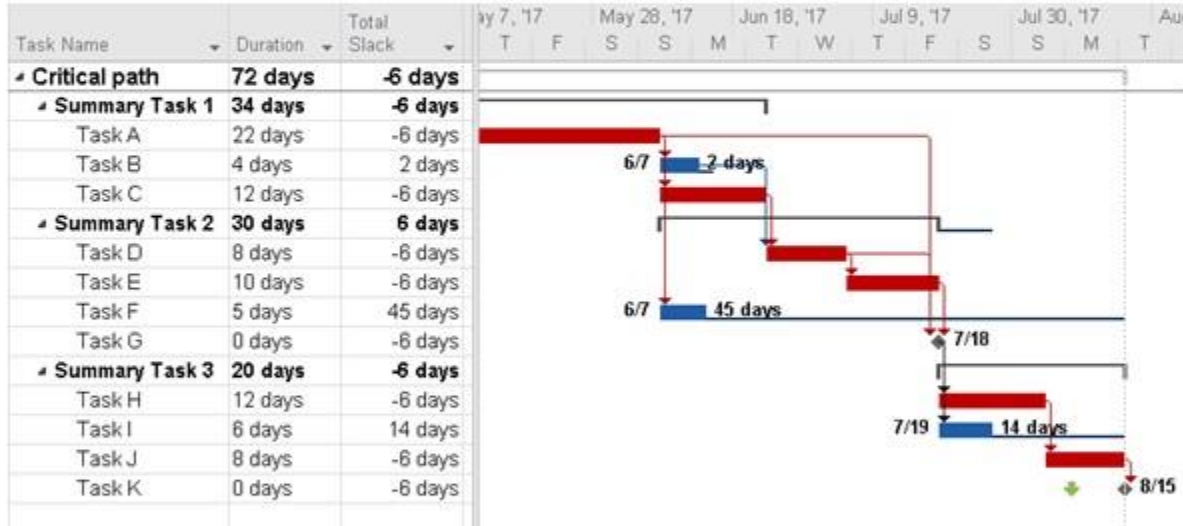


تقليل الجودة



عمل المهام المتوازية

6- الرسم البياني - جانت



ماهي مهام المشروع

من المسؤول عن كل مهمة

كم مدة كل مهمة

هل هناك تقاطع بين المهام

بداية ونهاية المشروع

بالنظر إلى رسمة
جانت نستطيع فهم
ما يلي

6- الرسم البياني - جانت

Project Title		Mobile Program																
Project Duration		15 weeks																
Client Name		Client XXX																
			1-Jul-20	8-Jul-20	15-Jul-20	22-Jul-20	29-Jul-20	5-Aug-20	12-Aug-20	19-Aug-20	26-Aug-20	2-Sep-20	9-Sep-20	16-Sep-20	23-Sep-20	30-Sep-20	7-Oct-20	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
	Task	Responsible	Dur															
1	Kick-off Meeting	Ahmed	1	1														
2	Form the Team	Ali	2		1	1												
3	Select DEV Tools	Ahmed	1				1											
4	Code DEV	Naser	6					1	1	1	1	1	1					
5	Testing	Yasir	2										1	1				
6	User Training	Yasir	1												1			
7	User Sign-off	Ahmed	1													1		
8	Upload to App Store	Naser	1														1	
9	Allocate Budget	Ahmed	1		1													
10	Identify Scope	Ali	1			1												
11	Create Process Flow	Ali	1				1											
12	Marketing Plan	Maryam	3						1	1	1							

7- حدد الموارد التي تحتاجها

Project Title		Mobile Program														
Project Duration		15 weeks														
Client Name		Client XXX														
		Project Resources														
		1-Jul-20	8-Jul-20	15-Jul-20	22-Jul-20	29-Jul-20	5-Aug-20	12-Aug-20	19-Aug-20	26-Aug-20	2-Sep-20	9-Sep-20	16-Sep-20	23-Sep-20	30-Sep-20	7-Oct-20
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Task	Responsible															
1 Kick-off Meeting	Ahmed	5														5
2 Form the Team	Ali		8	8												16
3 Select DEV Tools	Ahmed				6											6
4 Code DEV	Naser					20	40	40	40	40	30					210
5 Testing	Yasir											15	15			30
6 User Training	Yasir													25		25
7 User Sign-off	Ahmed														10	10
8 Upload to App Store	Naser															10
9 Allocate Budget	Ahmed		10													10
10 Identify Scope	Ali			15												15
11 Create Process Flow	Ali				20											20
12 Marketing Plan	Maryam							10	10	10						30
		5	18	23	26	20	40	50	50	50	30	15	15	25	10	10
		387 hours														

8- راقب المصاريف والتكاليف

Project Title		Mobile Program															
Project Duration		15 weeks															
Client Name		Client XXX															
		Project Cost															
		1-Jul-20	8-Jul-20	15-Jul-20	22-Jul-20	29-Jul-20	5-Aug-20	12-Aug-20	19-Aug-20	26-Aug-20	2-Sep-20	9-Sep-20	16-Sep-20	23-Sep-20	30-Sep-20	7-Oct-20	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Task	Responsible																
1 Kick-off Meeting	Ahmed	250															250
2 Form the Team	Ali		400	400													800
3 Select DEV Tools	Ahmed				300												300
4 Code DEV	Naser					1000	2000	2000	2000	2000	1500						10500
5 Testing	Yasir											750	750				1500
6 User Training	Yasir													1250			1250
7 User Sign-off	Ahmed														500		500
8 Upload to App Store	Naser															500	500
9 Allocate Budget	Ahmed		500														500
10 Identify Scope	Ali			750													750
11 Create Process Flow	Ali				1000												1000
12 Marketing Plan	Maryam						500	500	500								1500
		250	900	1150	1300	1000	2000	2500	2500	2500	1500	750	750	1250	500	500	19,350

9- إدارة المخاطر

01

الحدث: هو أمر حصل بالفعل

02

"الخطر" هي مشكلة محتملة قد تحدث أو لا تحدث ويمكن أن تؤثر على المشروع إيجاباً أو سلباً.

03

عادةً ما يخطط مديرو المشروع مسبقاً لخطط التخفيف من المخاطر خاصة العالية التأثير.



خطر



حدث



9- إدارة المخاطر

كيف نحدد المخاطر وماذا نفعل ؟

- عرف قائمة المخاطر
- اجعلها اقل خطورة
- اذا لا تستطيع حلها قم
قم برفعها لأصحاب
القرار



ماذا نفعل ؟

- عصف ذهني
- دراسة مشاريع سابقة
- الاستعانة بمستشارين
واصحاب خبرة



كيف نحدد ؟

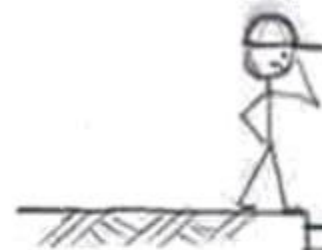
9- إدارة المخاطر - احتساب مدى الخطورة

*Low probability
Low impact*



RISK

*High probability
Low impact*



RISK

*Low probability
High impact*



RISK

*High probability
High Impact*



RISK

9- إدارة المخاطر – احتساب مدى الخطورة

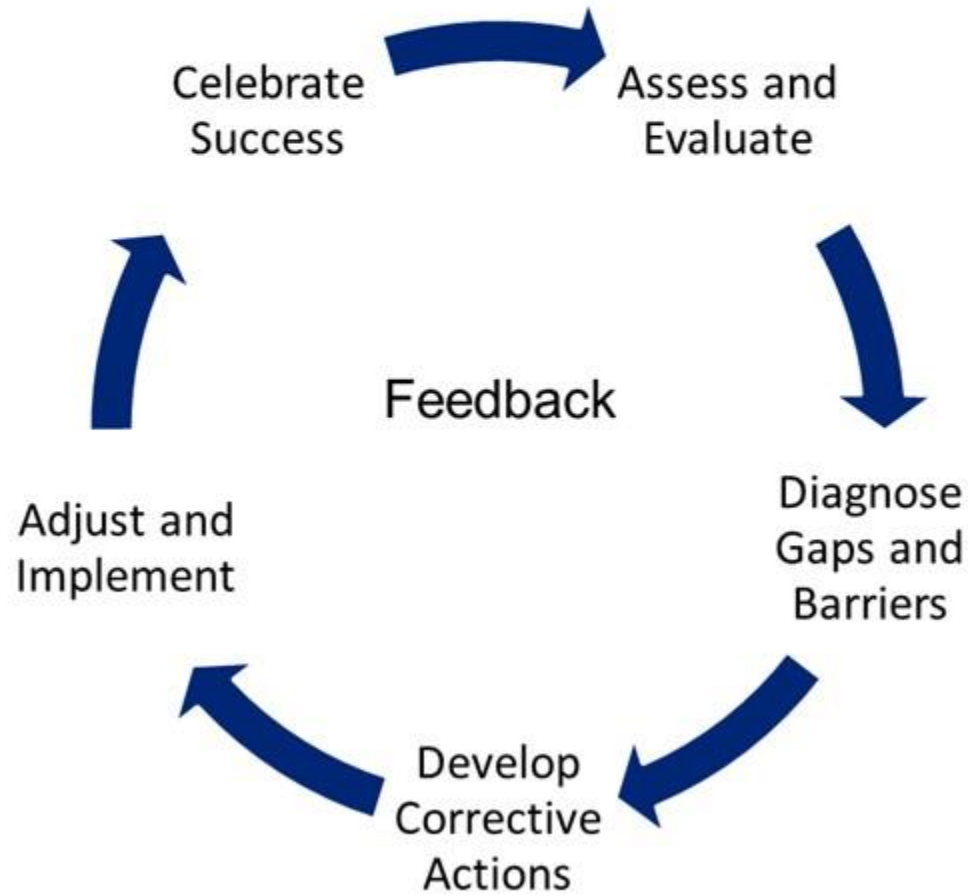
Project Title	Mobile Program					
Risk	Likelihood 1 - 5	Impact 1 - 5	weighted Factor 1 - 25	preventive action plan (reduce likelihood)	Protective Action Plan (Reduce Impact)	Risk + impact + weighted factor after mitigation
Poor Scope	4	4	16	Hire Consultants Ask Experts Reference Check	actions will be limited once code is done	1 4 4
Insufficient Budget	1	3	3	Not Required	Not Required	remain same
Inexperienced Team	3	4	12	Ask subject matter experts to select the team	Outsourcing weak function to experts	1 3 3

إذا كان وزن الخطر < 5 إذا عليك بإيجاد حل لتقليل الخطورة أو منعها

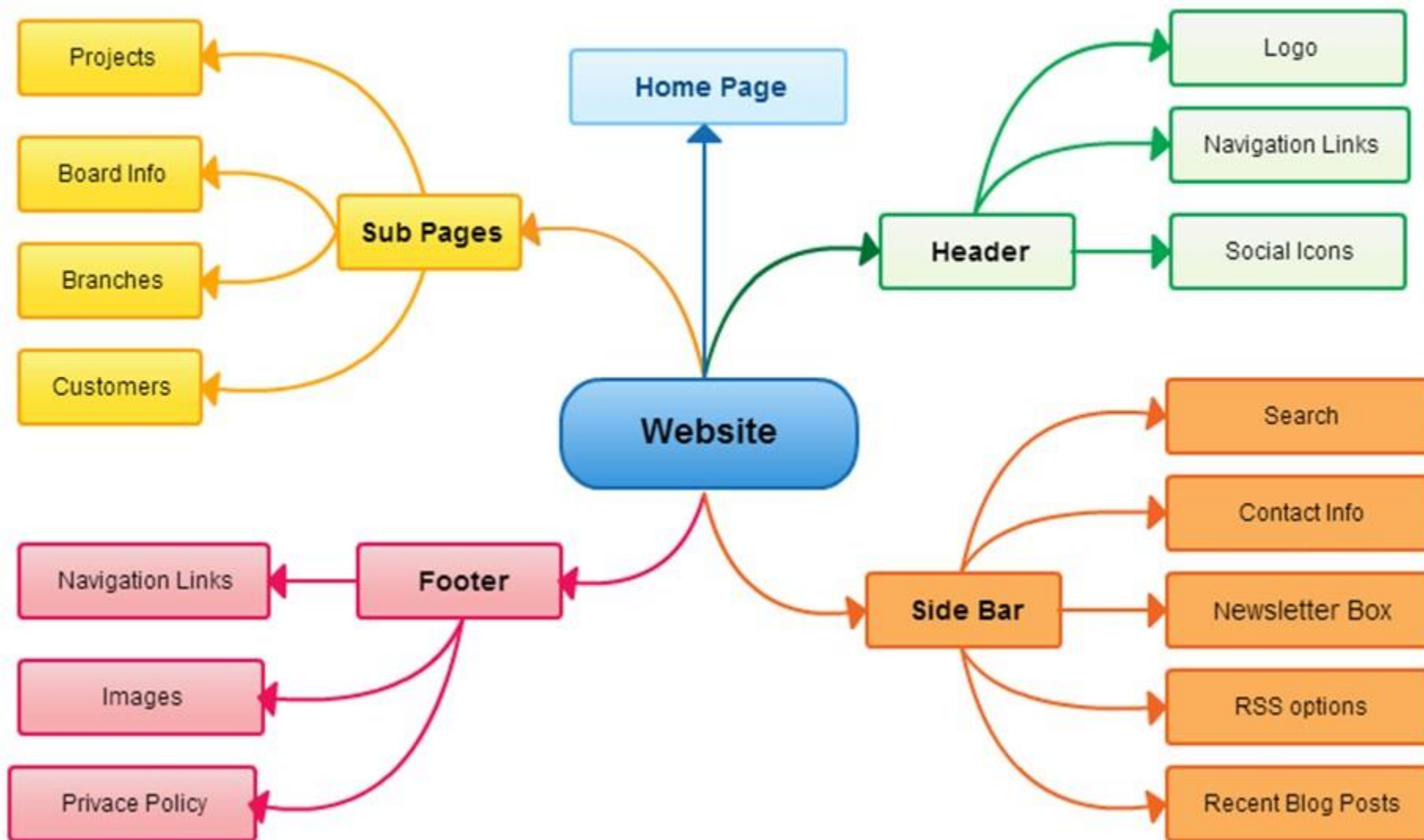
10 - راقب مستوى الإنجاز

Client Name		Client XXX	Project Progress														
Progress (overall)		67%	1-Jul-20	8-Jul-20	15-Jul-20	22-Jul-20	29-Jul-20	5-Aug-20	12-Aug-20	19-Aug-20	26-Aug-20	2-Sep-20	9-Sep-20	16-Sep-20	23-Sep-20	30-Sep-20	7-Oct-20
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Task	Responsible	Progress															
1 Kick-off Meeting	Ahmed	100															
2 Form the Team	Ali	90															
3 Select DEV Tools	Ahmed	85															
4 Code DEV	Naser	50															
5 Testing	Yasir	0															
6 User Training	Yasir	0															
7 User Sign-off	Ahmed	0															
8 Upload to App Store	Naser																
9 Allocate Budget	Ahmed	100															
10 Identify Scope	Ali	100															
11 Create Process Flow	Ali	100															
12 Marketing Plan	Maryam	40															

11 - المراجعة



Mind Map - الخارطة الذهنية



Break

Here is an illustration
of a company situation
that is far too common.

أمثلة عن المشاريع الرقمية

ما هي إدارة المشاريع الرقمية ؟

- يمكن تعريف إدارة المشاريع الرقمية بأنها تخطيط وتنظيم وتحفيز فرق المشروع مع إدارة الموارد والإجراءات والعمليات للوصول إلى **الهدف الرقمي** في الوقت المحدد وضمن الميزانية الموضوعة.

ماذا يندرج تحت مسمى المشاريع الرقمية؟



تصميم وتطوير
المتاجر الإلكترونية

التسويق الإلكتروني
وزيادة الوصول
لمحركات البحث

تصميم وتطوير
تطبيقات الموبايل
والأجهزة المحمولة

تصميم وتطوير
المواقع

Break Exercise

What do you see
in this picture ?



مقدمة عن التسويق الرقمي وادواته

ما هو التسويق الرقمي ؟

العطاء الرقمي
Attaa Digital



التعريف: تطبيق مبادئ التسويق المعروفة عن طريق استخدام الأدوات الرقمية مثل الحواسيب والهواتف وغيرها من أجل تحقيق الأهداف المطلوبة من زيادة الوعي عن منتج معين أو خدمة وبالتالي زيادة المبيعات والأرباح.



معلومات تقديرية

4.1%+ زيادة سنويا
(196+ مليون)

58.4% مستخدم نشط
لمواقع التواصل الاجتماعي
(4.65 مليار)

63% يستخدمون الانترنت
(5 مليار)

سكان الأرض
7.93 مليار

7.4 متوسط عدد
المنصات المستخدمة
شهريا

54.2% ذكور
45.8% اناث

6 ساعات و 53 دقيقة على
الانترنت
2 ساعة و 29 دقيقة على
مواقع التواصل فقط

92.4% عن طريق الأجهزة
المحمولة

17.6% استخدموا خاصية
الدفع لاحقا

24.7% استخدموا أدوات
مقارنة الأسعار اونلاين

28.7% تسوقوا من
السوبرماركت

58.4% من مستخدمي
الانترنت اتم عملية شراء
واحدة على الأقل

معلومات تقديمية

Engagement ⓘ

📅 Mar 2022 - May 2022 🌐 Worldwide 📱 All traffic

Metric	facebook.com	twitter.com	linkedin.com	instagram.com	google.com
📅 Monthly visits	19.83B	6.986B	1.479B	6.434B	88.69B 🏆
👤 Monthly unique visitors	1.628B	975.8M	307.8M	1.042B	3.118B 🏆
👤 Visits / Unique visitors	12.18	7.16	4.81	6.17	28.45 🏆
🕒 Visit duration	00:10:04	00:10:37	00:07:30	00:07:50	00:11:17 🏆
📄 Pages per visit	8.57	10.10	6.96	11.35 🏆	8.77
📈 Bounce rate	32.42%	31.46%	28.33%	34.7%	28.22% 🏆

التسويق التقليدي و الرقمي

- الفرق بين التسويق الرقمي والتسويق التقليدي هو الوسيلة التي يواجه من خلالها الجمهور رسالة تسويقية.
- يستخدم التسويق التقليدي الوسائط التقليدية مثل المجلات والصحف والتلفزيون والهاتف والرسائل النصية وزجاج الحافلات وغيرها
- التسويق الرقمي يستخدم الوسائط الرقمية ، مثل وسائل التواصل الاجتماعي أو مواقع الويب والبريد الإلكتروني.

<ul style="list-style-type: none"> • يستهدف بشكل أفضل • قابل للقياس والتقييم • تفاعلي وسريع التطبيق 	مميزات	التسويق الرقمي
<ul style="list-style-type: none"> • سريع التطور والتغيير • غير دائم • قد يكون مزعجا 	تحديات	

<ul style="list-style-type: none"> • أثره لا ينسى • درجة تأثير أكبر • دائم 	مميزات	التسويق التقليدي
<ul style="list-style-type: none"> • لا يوجد تفاعل مباشر • مكلف • صعب التقييم 	تحديات	



التسويق هو كل شيء

- فيليب كوتلر

"الجانب الإنساني مهم جداً عند
التسويق، فيجب إدخاله عند
استخدام التكنولوجيا والتسويق
الرقمي"

- فيليب كوتلر

كان لدي عشق مع التسويق امتد لفترة ثمانية وثلاثين عاماً
ومازال متأجلاً. وكلما اعتقدنا أننا فهمنا التسويق أخيراً
يأتينا بمفهوم جديد ولابد لنا من اتباعه قدر الإمكان

“ في الدعاية و التسويق: أن توصل
معلومة شيء وأن تجذب الانتباه
شيء آخر أما أن تحرك الآخرين
نحو سلوك فشيء ثالث
فيليب كوتلر ”

يمكنك أن تتعلم التسويق في يوم، لكنك
ستقضي حياتك كلها كي تتقنه

فيليب كوتلر

30+ رؤيا في التسويق
من فيليب كوتلر

“ الشركات الجيدة تلبي الاحتياجات في
حين الشركات العظيمة تخلق الأسواق
فيليب كوتلر ”

الأب الروحي للتسويق

ركائز التسويق – 8 P's

المنتج - Product



التصميم ، سهولة الاستخدام
ومدى الحاجة له في حل مشكلة أو
هل يضيف لنا شيئاً جديداً ومدى
جودته والضمانات عليه وغيرها

السعر - Price



الكلفة التي سيدفعها العميل للحصول على
المنتج أو الخدمة مقابل القيمة والفائدة
التي سيلبيها له المنتج، والأخذ بعين
الاعتبار قيمة منتجات المنافسين،
وتكاليف التوزيع، والخصومات الموسمية،
وكذلك غاية المنتج، والقدرة الشرائية

المكان - Place



محلي أو عالمي ، نوع المتجر
والمكان الجيوغرافي لأن تحديد
المكان مرتبط فهم طبيعة
الجمهور المستهدف

الترويج - Promotion



الترويج يتطلب تحليلاً جيّداً للمنتج
لتحديد أسلوب الترويج، هل سيكون
تقليدياً (عن طريق الاعلانات وأنشطة
العلاقات العامة والفعاليات) أم رقمياً (و
قنوات التواصل والخصومات والهدايا)

الناس - People



كل إنسان يؤثر أو يتأثر بالعملية
التسويقية التي تنشؤها المؤسسة،
فمدراء التسويق والموظفون يجب أن
يتم اختيارهم بعناية وفهم الجمهور
والتواصل معه بكل الطرق

Physical Evidence المؤشرات الملموسة



معرفة مدى رضا الجمهور عن المنتجات
والخدمات، بالأدلة الواضحة والملموسة
للمسوق وللجمهور، مثل أعداد
المستهلكين وتنوع شرائحهم، ومدى كثافة
الإقبال ومدى تكرار طلب المنتج أو
الخدمات وغيرها

العمليات - Processes



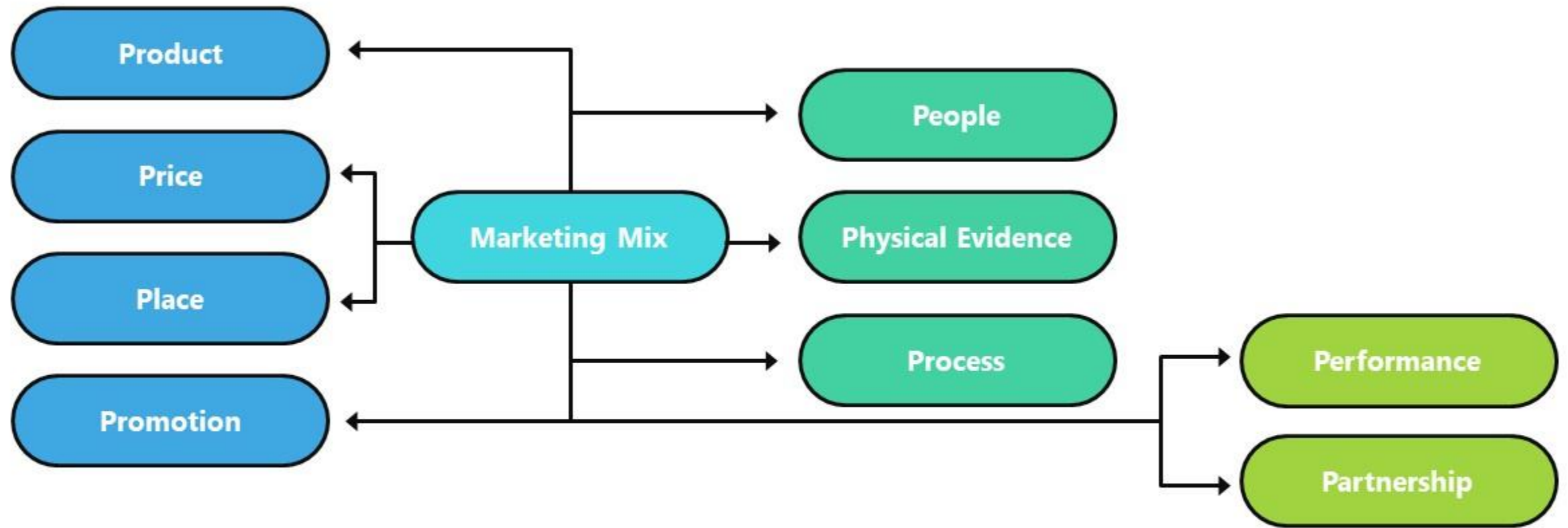
خدمة ما بعد البيع، الخصومات والهدايا
للعلاء المميزين، دراسة طرق زيادة قيمة
المنتج والخدمات المرافقة له، بأقل التكاليف
وإعادة النظر في أساليب التوزيع،
والترويج، والتسويق، التحدي هو المحافظة
على ثقة الجمهور

الأداء - Performance



عوائد الأرباح و أيضاً على
مكاسب السمعة.

8Ps of Marketing Slide Template





THE 4 "P"s OF MARKETING

مرحبًا بكم في المحاضرات

أبرز قنوات التسويق الرقمي



عبر محركات البحث

كلما كانت صفحاتك أفضل في محركات البحث، كلما زادت فرصة جذب العميل، وقيامه بالنقر على صفحتك، ومنها تحقيق زيادة في المبيعات. جودة المحتوى، وجودة التصميم، واستخدام كلمات مفتاحية، وتوزيعها بشكل متناسق.
(SEO, SEM, PPC)



عبر البريد الإلكتروني

أقدم أشكال التسويق الرقمي وأشهرها، جمع بيانات العملاء وتصنيفها، المحتوى جذاب وتشاركي و يتضمن معلومات حول المنتجات، والخدمات، وأخبار حول شركتك وأحداثك، وعروضًا مخصصة، وقصص نجاح العملاء وموجزات فنية أو أعمال



من خلال شبكات التواصل الاجتماعية

طريقة جيدة للوصول إلى جمهور كبير و محدد، ومستخدم و يربطه مباشرة بالعملاء، والعملاء المحتملين، والشركاء. الفيسبوك أكبر منصة للوسائط الاجتماعية عالمياً، وتويتر ولينكدان للأعمال بينما إنستغرام وتيك توك و يوتيوب للمستهلكين و لجيل Z



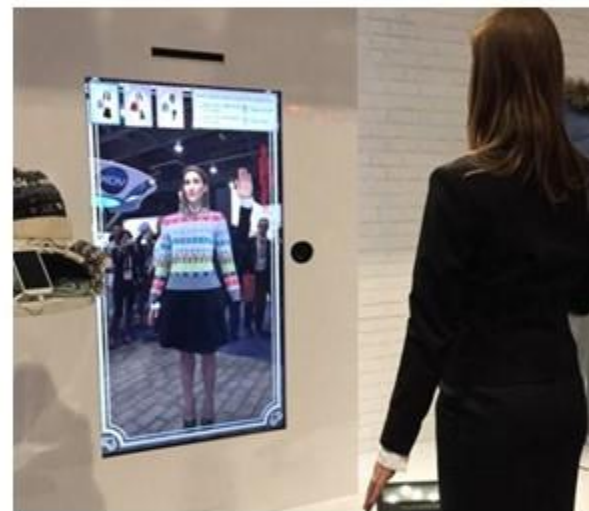
من خلال صفحات الويب

النقطة الأولى للتواصل مع شركتك ومنتجاتك، التصميم الرائع لتعزيز الحضور والمحتوى القوي والربط بمحركات البحث، تجربة مستخدم رائعة، ويحسن من معدل التحويل (نقرات أكثر، تسجيلات الدخول، إلخ).

العطاء الرقمي
Attaa Digital



الواقع الافتراضي



الواقع المعزز



أبرز قنوات
التسويق الرقمي



ماهي الخطة التسويقية

الخطة التسويقية هي عبارة عن خارطة الطريق التي تسير عليها أي شركة من أجل تنظيم وتنفيذ ومتابعة الاستراتيجيات التسويقية المختلفة لتحقيق أهداف الشركة في فترة زمنية محددة.

يمكنك اعتبار الخطة التسويقية على أنها البوصلة التي تسير بها أي شركة أو مؤسسة





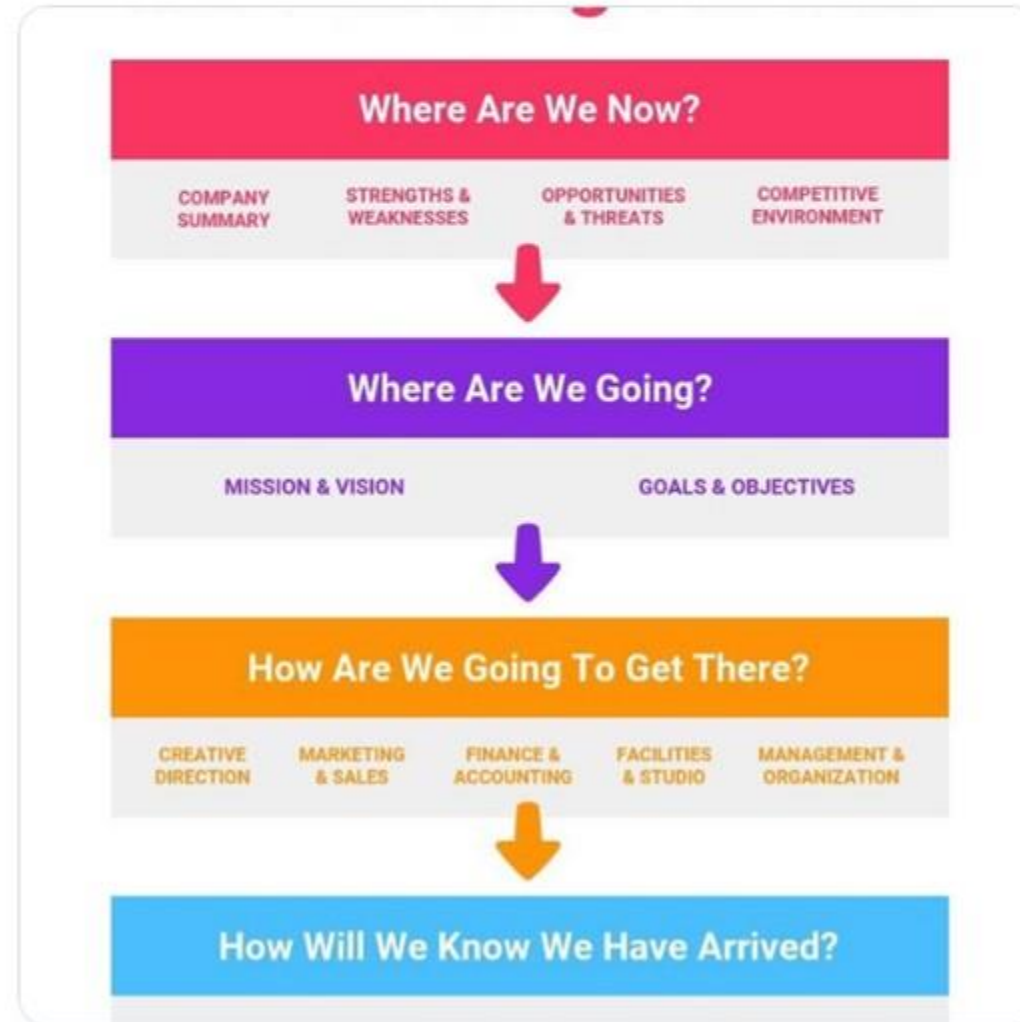
Dr.Faisal Al-Nasser

@DrFaisal2020

...

التخطيط بكل بساطة أين نحن الان و الى اين نريد الذهاب
وكيف سنذهب الى هناك وكيف نعلم باننا قد وصلنا بنجاح
#صباح_الخير #فن_القيادة #فن_النجاح
#السنة_الجديدة_2023 #عام_2023

Translate Tweet



خصائص خطة التسويق الرقمي



مبنية على ارقام
ودراسات حقيقية



ملائمة للمنتج أو
الخدمة



دورية
(شهرية ، سنوية ...الخ)



مشاركة كافة الأطراف
المعنية في فريق العمل



مختصرة ، سهلة
وواضحة

أنواع الخطط التسويقية

خطة سنوية أو ربع سنوية أو شهرية

خطة التسويق المدفوعة

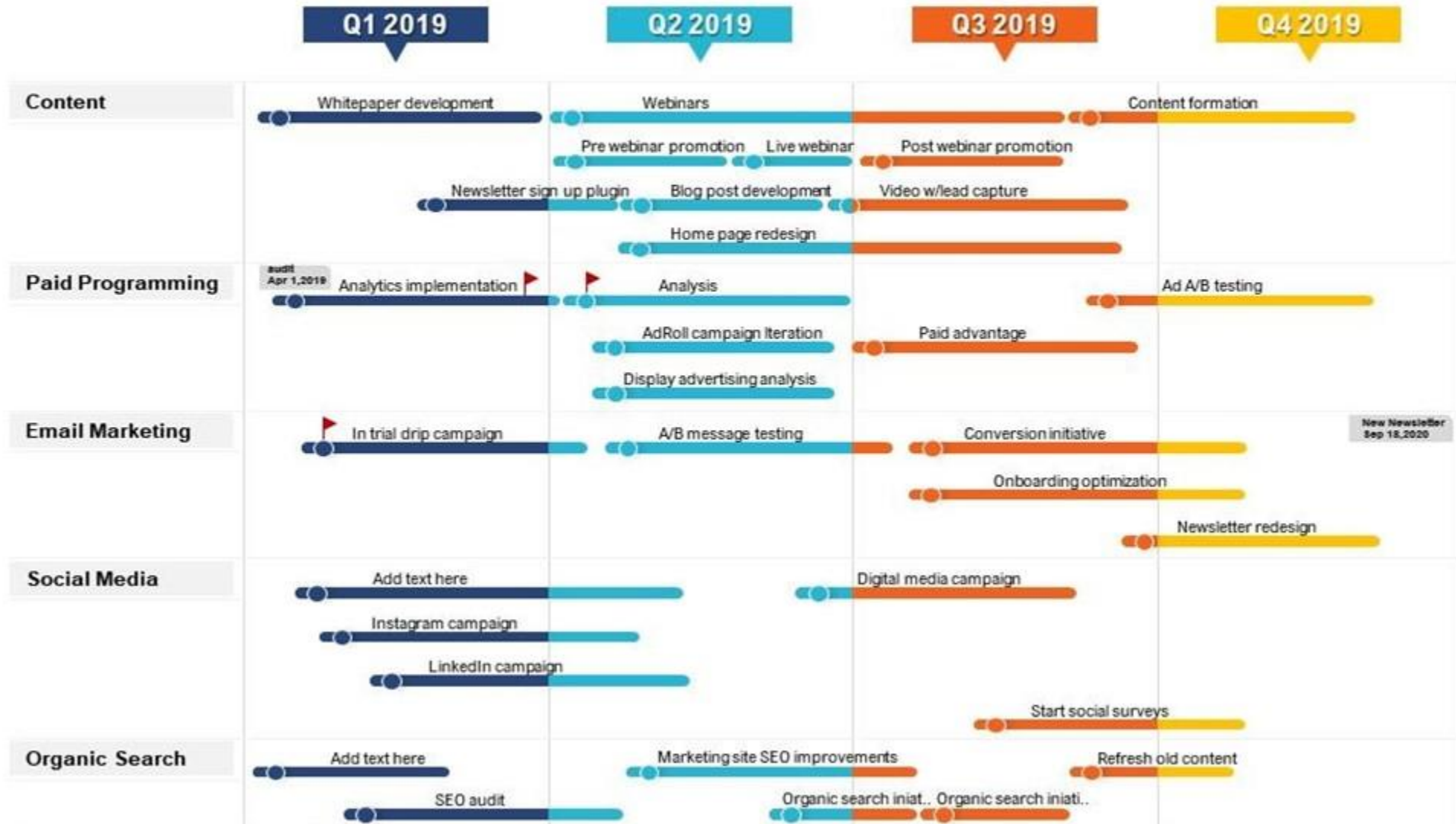
خطة التسويق على منصات التواصل الاجتماعي

خطة تسويق المحتوى

خطة تسويق اطلاق منتج جديد



مثال على الخطط التسويقية





مثال على الخطط التسويقية على مواقع التواصل

SmarterQueue

Add Content

Queue

Analytics

Categories

Schedule

Profiles

Get SmarterQueue for FREE!



ADD TIMESLOTS

1. Select a category

Blog Posts

2. Select profiles



3. Drag onto schedule



— OR —

Click directly in the
schedule to add timeslots

Delete All Timeslots

Pause	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
42 earlier timeslots							
12:00 pm	Blog Posts ... 12:00 pm 	Blog Posts ... 12:00 pm 	Blog Posts ... 12:00 pm 	Blog Posts ... 12:00 pm 	Blog Posts ... 12:00 pm 	Blog Posts ... 12:00 pm 	Self Promotion ... 12:00 pm
1:00 pm	Blog Posts ... 1:00 pm 	Blog Posts ... 1:00 pm 	Wednesday Wisc ... 1:00 pm 	Self Promotion ... 1:00 pm 	Blog Posts ... 1:00 pm 	Blog Posts ... 1:00 pm 	Empower & Encc ... 1:00 pm
2:00 pm	Questions ... 2:00 pm 	Twitter Quotes ... 2:00 pm 	Questions ... 2:00 pm 	Twitter Quotes ... 2:00 pm 	Questions ... 2:00 pm 	Twitter Quotes ... 2:00 pm 	Twitter Quotes ... 2:00 pm
3:00 pm	Blog Posts ... 3:00 pm 	Blog Posts ... 3:00 pm 	Blog Posts ... 3:00 pm 	Blog Posts ... 3:00 pm 	Blog Posts ... 3:00 pm 	Self Promotion ... 3:00 pm 	Blog Posts ... 3:00 pm
4:00 pm	Empower & Encc ... 4:00 pm 	Quick Tip Tuesd ... 4:00 pm 	Blog Posts ... 4:00 pm 	Questions ... 4:00 pm 	Funny Thing Fri ... 4:00 pm 	Empower & Encc ... 4:00 pm 	Self Promotion ... 4:00 pm
47 later timeslots							

Help

Social Media Schedule

Q / O

 / 0

80 / 1



New Item

Search / Filter Board



Publish date

+ Add

Publish date

+ Add

مكونات خطة التسويق الرقمي



إنشاء مكتبة للمحتوى
التسويقي



تحديد المنافسين وتحليل
نقاط قوتهم وضعفهم



تحديد الجمهور المستهدف
وفهم احتياجات المستخدمين
ونية البحث
Buyer Personas



تحديد الأهداف التسويقية
القابلة للقياس



الهدف من الخطة التسويقية
(التعريف بمنتجاتك أو خدماتك)



قم دائما بالتقييم والتحليل
ومراجعة البيانات ومؤشرات
الأداء



تحديد الميزانية المناسبة
لتحقيق الأهداف والعائد
المادي المتوقع



تحديد المدة الزمنية



استخدام القنوات الإعلانية
المناسبة والأدوات المساعدة



تحديد المسؤوليات والمهام
والأولويات وربط الأهداف
بالإجراءات

أهداف التسويق الرقمي (الذكية)

- يجب أن تكون الأهداف (ذكية) (SMART) وهذا يعني :

محددة زمنيا

- تحديد فترة زمنية يتم فيها قياس الأداء مقارنة بفترات مماثلة سابقة

ذات صلة

- أن تكون ذات علاقة بالهدف الرئيسي

قابلة للتحقيق

- أن تكون واقعية وقابلة للتطبيق وليست خيالية أو مبالغ فيها

قابلة للقياس

- ما هي مؤشرات الأداء الرئيسية التي ستساعدك على فهم ما إذا كنت قد وصلت إلى أهدافك أم لا.

محددة

- وضوح الهدف وماذا يعني

زيادة الوعي عن المنتج أو الخدمة في المنطقة الشرقية وتحقيق زيادة بنسبة 15% في الترافيك بنهاية هذا الربع من خلال زيادة تكرار النشر الأسبوعي من مشاركتين في الأسبوع إلى أربعة منشورات في الأسبوع.

تحديد الجمهور المستهدف

القيم

الخلفية

المهنة

الجنس

السن

الموقع الجغرافي

منصات التواصل
الاجتماعي
المستخدمة

الاهتمامات
الشخصية

الاهتمامات العامة

أدوات التسويق الرقمي

استخدام القنوات الإعلانية المناسبة والأدوات المساعدة

أدوات خاصة بـ SEO Search Engine Tools

Google Trends

SEMRush

Ahrefs

Moz Pro

KWFinder

WooRank

أدوات لزيادة معدل التحويل Conversion Tools

HotJar

HelloBar

InstaPage

Unbounce

أدوات أتمتة التسويق Marketing Automation

SendinBlue

ManyChat

Omnisend

Engage Bay

أدوات ادارة مواقع التواصل الاجتماعي SocialMedia Management

Hootsuite

SocialBakers

SproutSocial

Buffer

أدوات التسويق عبر الايمل Email Marketing

Mailchimp

HubSpot

Mailjet

Campaigner

أدوات للتحليل Analysis tools

Google Analytics

Google Search
Console

SEMRush

SimilarWeb



مؤشرات الأداء للتسويق الرقمي

إرجاع الزوار إلى موقع الويب (معدل الارتداد).	تشير إلى نسبة الزائرين الذين يعودون إلى موقع الويب لديك لاستهلاك المزيد من المحتوى أو اتخاذ إجراء محدد.
جلسات جديدة	فهم كيفية العثور الأشخاص على موقع الويب وكيفية إشراكهم بمجرد القيام بهذا.
مصادر حركة مرور شبكة اتصال الويب.	عرض كيفية العثور الأشخاص على موقع الويب الخاص بك.
إجمالي الزيارات.	عدد جلسات الاستعراض الفردية من الزوار الفرديين لموقعك.
إجمالي الزيارات الفريدة.	عدد الأشخاص الذين قاموا بزيارة موقع الويب/الصفحة الترحيبية الخاصة بك.
معدلات النقر	النسبة المئوية للأشخاص الذين نقرؤا فوق CTA والتكلفة لكل نقرة CPC.
متوسط الوقت على الصفحة.	متوسط الوقت الذي يستغرقه جميع المستخدمين في صفحة واحدة.
للتسويق (عائد الاستثمار). ROI	ما مقدار الإيرادات التي تحققها الحملة التسويقية مقارنةً بتكلفة تشغيل تلك الحملة.


هناك مئات من مؤشرات الأداء الأساسية المحتملة التي يمكنك استخدامها، وذلك وفقًا لأنواع الحملات التسويقية التي تقوم بتشغيلها.

ترتيب المهام والأولويات والميزانية


Q1

	Person	Status	Timeline	Priority	Goal	Budget	
Increasing conversion rates on...		Done	<div><div></div></div>	High	25% conversion rate	\$5,000	
Competitor analysis		Working on it	<div><div></div></div>	Low	Clarify our main co...	\$1,200	
			<div><div></div></div>			\$6,200	

Q2

	Person	Status	Timeline	Priority	Goal	Budget	
Rebranding campaign with new...		Done	<div><div></div></div>	Medium	New logo	\$3,000	
			<div><div></div></div>			\$3,000	

Q3

	Person	Status	Timeline	Priority	Goal	Budget	
Homepage re-launch		Working on it	<div><div></div></div>	Low	New homepage	\$4,550	
			<div><div></div></div>			\$4,550	

ONE-PAGE MARKETING PROJECT PLAN TEMPLATE

CATEGORY	DESCRIPTION
BUSINESS SUMMARY	
BUSINESS OBJECTIVES	
THE PROBLEM	
OUR SOLUTION	
COMPETITIVE ADVANTAGE	
TARGET MARKET	
MARKETING STRATEGY & OBJECTIVES	
FINANCIAL REQUIREMENTS	

ACTION PLAN

CATEGORY	ACTION	OWNER	DATE	COST
PRODUCT				
PRICE				
PLACE				
PROMOTION				
MARKETING CHANNELS				
PERFORMANCE STANDARDS				
RESULTS MEASUREMENT METHODS				
OTHER				
OTHER				
OTHER				
REVIEW				



@DrFaisal2020



DrFaisalAcademy



DrFaisalAcademy



Drfaisalalnasser



www.drfaissalacademy.com

أسئلة ؟

كيف تسوق لمشروعك
الرقمي بنجاح

إعداد : د. فيصل الناصر

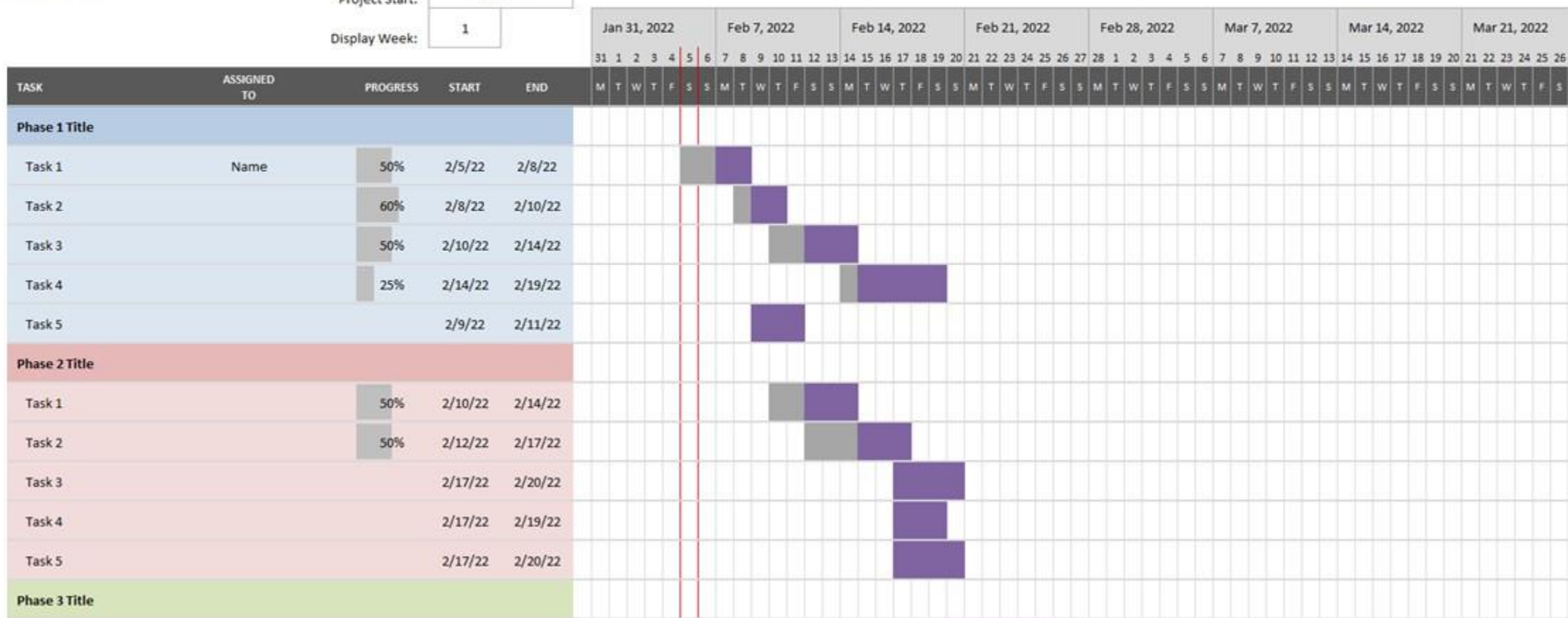


Dr.Faisal Academy
Online Academy

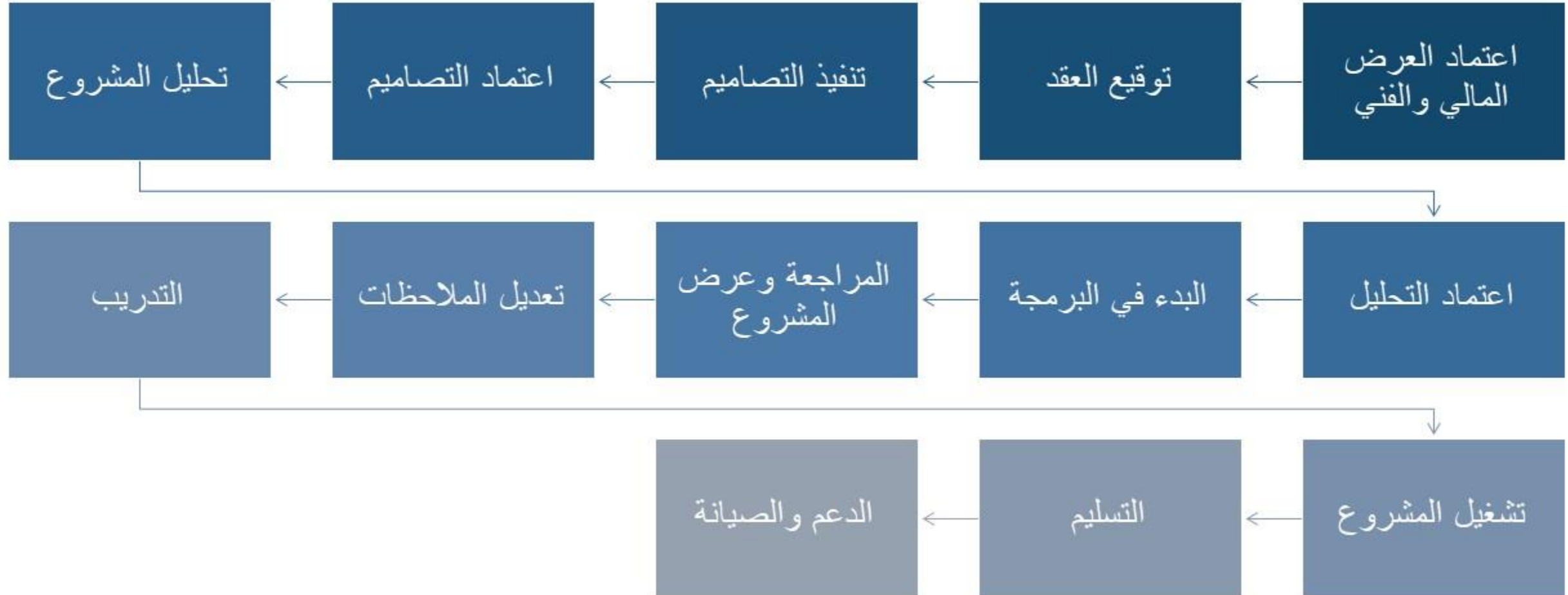
العطاء الرقمي
Attaa Digital

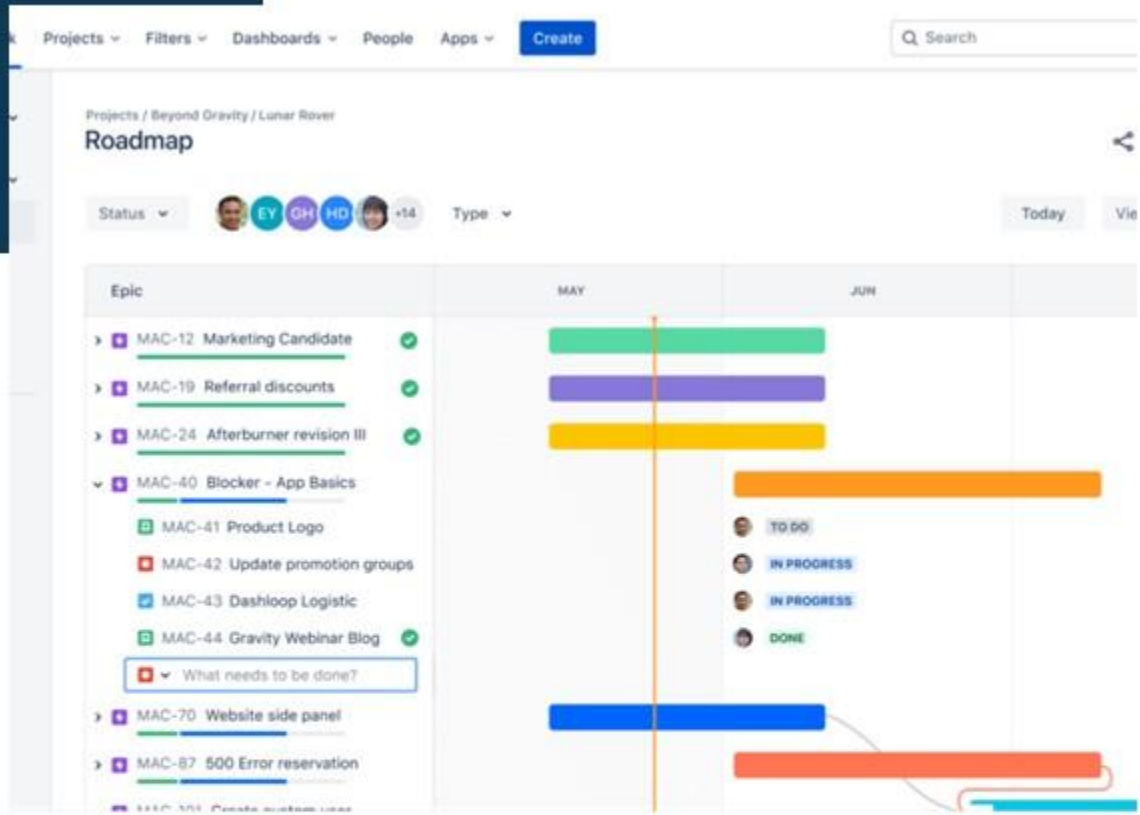
SIMPLE GANTT CHART by Vertex42.com
<https://www.vertex42.com/ExcelTemplates/simple-gantt-chart.html>

Project Start:	Sat, 2/5/2022	
Display Week:	1	



لمحة عن مراحل التنفيذ – Implementation Process



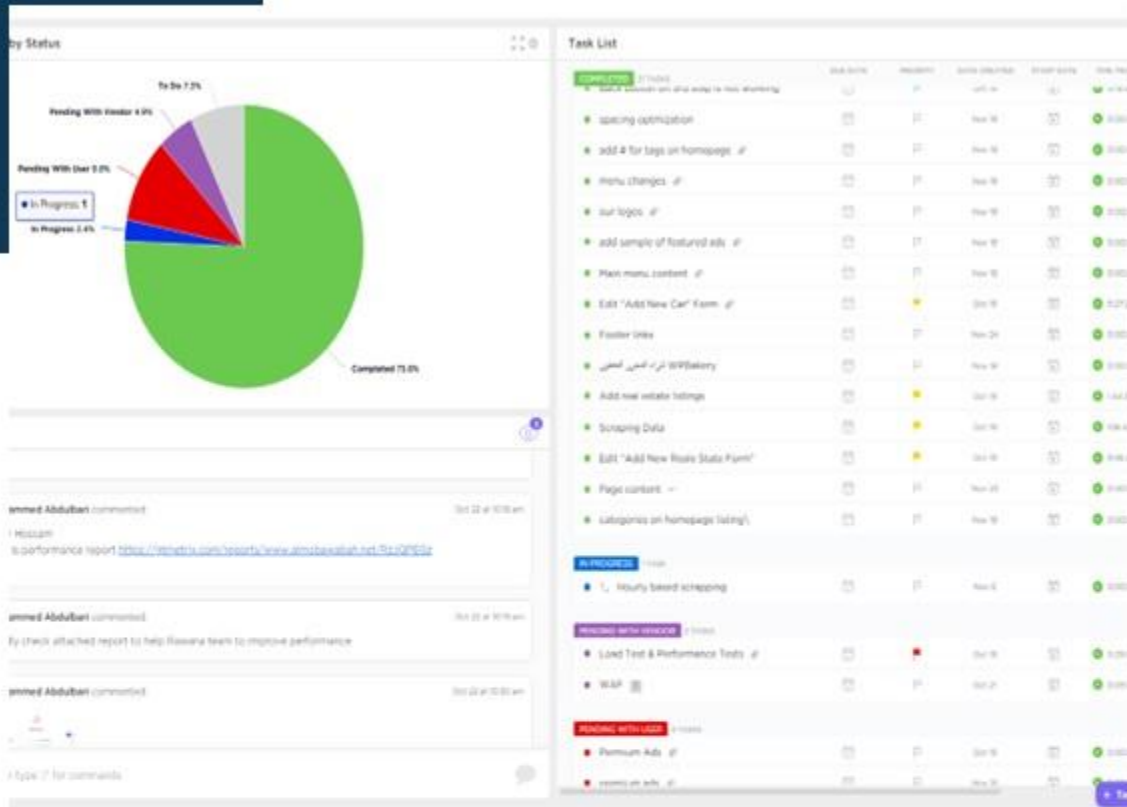


Project Management & Progress Tracking Tools



Progress Dashboard





Tasks Dashboard



Project Management & Progress Tracking Tools

ClickUp monday.com

Trello Jira Software



All platforms



Multiple Apps

