



# خطة التسويق نموذج



يمكنك تعديل نسختك الخاصة بإحدى طريقتين:

1. قم بتحرير هذا الإصدار ليناسب احتياجاتك

2. انتقل إلى "ملف" < "تنزيل باسم" < "Microsoft Word" للتنزيل

## كيفية استخدام هذا النموذج

يجب استخدام هذا النموذج كنقطة انطلاق لخطة تسويق شركتك. يتضمن أقسامًا قابلة للتخصيص من أجل:

- الميزانية
- قنوات التسويق
- تكنولوجيا التسويق
- ملخص الأعمال
- مبادرات الأعمال
- السوق المستهدف
- استراتيجية السوق

بمجرد أن تصبح جاهزًا للبدء ، احذف الصفحات من 1 إلى 3 وابدأ في ملء المعلومات أدناه. ستكون هناك إرشادات ونص نموذجي ، بالإضافة إلى مطالبات بين [الأقواس] لتكملها على النحو الموجه.

تذكر أنه يجب عليك إضافة / تعديل / حذف أي نسخة أو أقسام على النحو الذي تراه مناسبًا. لقد قمنا أيضًا بتضمين مثال لما قد يبدو عليه هذا القالب بمجرد الانتهاء من أسفل القالب نفسه.

كل ما تبذلونه من التسويق  
الأدوات والبيانات - الكل  
تحت سقف واحد.

تعرف على المزيد حول قيمة  
برامج التسويق التي تنمو معك.



ابدأ مع مركز التسويق

استمر في التمرير إلى القوالب

□□□

Your Image  
Here

## اسم الشركة

خطة التسويق

### هدفنا

لخص الدور الذي يلعبه قسم التسويق في شركتك في نمو عملك. يجب أن يعكس هذا البيان استراتيجيتك العامة الموضحة في الصفحات التالية.

### مؤلفو الوثيقة

[الاسم رقم 1]

[عنوان البريد الإلكتروني رقم 1]

[الاسم رقم 2]

[عنوان البريد الإلكتروني رقم 2]

# Your Image Here

## طاولة محتويات

ملخص الأعمال

مبادرات الأعمال

السوق المستهدف

استراتيجية السوق

ميزانية

قنوات التسويق

تكنولوجيا التسويق

# ملخص الأعمال

## شركتنا

[اسم الشركة] هي شركة مقرها في [موقع المقر الرئيسي] ولها مكاتب في [مواقع مكاتب تابعة]. مهمة الشركة هي [بيان المهمة].

## قادة التسويق لدينا

[قائد التسويق 1]	[Marketing Leader 1] هو [اسم الشركة] [المسمى الوظيفي لقائد التسويق 1]. سيقومون [وصف وظيفي موجز لقائد التسويق 1].
[قائد التسويق 2]	[Marketing Leader 2] هو [اسم الشركة] [المسمى الوظيفي لقائد التسويق 2]. سيقومون [وصف وظيفي موجز لقائد التسويق 2].
[قائد التسويق 3]	[Marketing Leader 3] هو [اسم الشركة] [المسمى الوظيفي لقائد التسويق 3]. سيقومون [وصف وظيفي موجز لقائد التسويق 3].



نصيحة محترف:

قد ترغب في استدعاء بعض الميزات التي تجعل فريق قيادة التسويق لديك مذهلاً، مثل التعليم وسنوات الخبرة ومجالات محددة من الخبرة. يمكنك أيضاً تضمين لقطات للرأس.

## تحليل SWOT

بصفتنا فريق تسويق [اسم الشركة] ، نريد مساعدة العلامة التجارية في الاعتماد على ما تفعله بشكل جيد ، وتحسين ما لا تفعله ، والاستفادة مما يمكنها فعله ، والدفاع ضد ما قد يتحدتها. مع أخذ ذلك في الاعتبار ، إليك تحليل SWOT الخاص بنا لـ [العام الحالي].

نقاط القوة	نقاط الضعف
<p>ما نحن جيدون فيه.</p> <p>ما الذي يعمل.</p> <p>ما الذي يحبه عملاؤنا عنا.</p> <p>[أدخل نقاط القوة هنا]</p>	<p>ما نريد إصلاحه.</p> <p>ما نريد تعزيزه.</p> <p>ما نريد أن نصبح أكثر كفاءة فيه.</p> <p>[أدخل نقاط الضعف هنا]</p>
فرص	التحديات
<p>ما قد تريده الصناعة قريبًا.</p> <p>ما نعتقد أننا سنكون جيدًا فيه.</p> <p>ماذا سيكون الفارق لدينا؟</p> <p>[أدخل الفرص هنا]</p>	<p>ما نعتقد أنه يمكن أن يعيق نمونا.</p> <p>ماذا / من نعتقد أنه يمكن أن يأخذنا عملاء.</p> <p>[أدخل التحديات هنا]</p>



نصيحة محترف:

اقرأ المزيد حول كيفية إجراء تحليل SWOT ممتاز في منشور المدونة هذا من HubSpot.

## مبادرات الأعمال

[اسم الشركة] له هدف طموح وهو [هدف الشركة الشامل]. لمساعدة النشاط التجاري على القيام بذلك ، سيواصل فريق التسويق لدينا المبادرات التالية في [العام الحالي]:

### المبادرة 1

وصف	[مثال: على مدار الاثني عشر شهرًا القادمة ، سنعمل على بناء خاصية مدونة تصبح موردًا للانتقال إلى الأسئلة الملحة لعملائنا - والمصدر الأول للعملاء المحتملين شهريًا.]
هدف المبادرة	[مثال: لزيادة تصنيف موقعنا على Google وإنشاء محتوى تسويقي هام للغاية يساعد فريق المبيعات لدينا على بدء المزيد من المحادثات مع العملاء المحتملين.]
مقاييس للقياس نجاح	[مثال: 50000 مشاهدة صفحة مجانية شهريًا / 10 تنزيلات للمحتوى شهريًا]



## المبادرة 2

وصف	[مثال: على مدار الاثني عشر شهرًا القادمة ، سنعمل على بناء خاصية مدونة تصبح موردًا للانتقال إلى الأسئلة الملحة لعملائنا -والمصدر الأول للعملاء المحتملين شهريًا.]
هدف المبادرة	[مثال: لزيادة تصنيف موقعنا على Google وإنشاء محتوى تسويقي هام للغاية يساعد فريق المبيعات لدينا على بدء المزيد من المحادثات مع العملاء المحتملين.]
مقاييس للقياس نجاح	[مثال: 50000 مشاهدة صفحة مجانية شهريًا / 10 تنزيلات للمحتوى شهريًا]

## المبادرة 3

وصف	[مثال: على مدار الاثني عشر شهرًا القادمة ، سنعمل على بناء خاصية مدونة تصبح موردًا للانتقال إلى الأسئلة الملحة لعملائنا -والمصدر الأول للعملاء المحتملين شهريًا.]
هدف المبادرة	[مثال: لزيادة تصنيف موقعنا على Google وإنشاء محتوى تسويقي هام للغاية يساعد فريق المبيعات لدينا على بدء المزيد من المحادثات مع العملاء المحتملين.]
مقاييس للقياس نجاح	[مثال: 50000 مشاهدة صفحة مجانية شهريًا / 10 تنزيلات للمحتوى شهريًا]

# السوق المستهدف

## الصناعات

في [العام الحالي] ، نستهدف الصناعات التالية حيث سنبيع منتجنا ونطاق وصولنا

إلى العملاء:

### الصناعة 1

يتضمن ذلك [الصناعات الفرعية حيث قد يستهدف نشاطك التجاري شرائح أكثر تحديداً من جمهورك]. [مثال: الصناعة 1: الأطعمة والمشروبات، وهذا يشمل البار والمشاي ومصانع الجعة ومطاعم شرائح اللحم وما إلى ذلك.]

### الصناعة 2

يتضمن ذلك [الصناعات الفرعية حيث قد يستهدف نشاطك التجاري شرائح أكثر تحديداً من جمهورك]. [مثال: الصناعة 1: الأطعمة والمشروبات، وهذا يشمل البار والمشاي ومصانع الجعة ومطاعم شرائح اللحم وما إلى ذلك.]

## شخصيات المشتري

في السوق (الأسواق) المستهدفة ، حددنا شخصيات المشتري التالية لتمثيل عملائنا المثاليين:

## شخصية المشتري 1

يتضمن ذلك [الصناعات الفرعية حيث قد يستهدف نشاطك التجاري شرائح أكثر تحديدًا من جمهورك]. [مثال: الصناعة 1: الأطعمة والمشروبات، وهذا يشمل البار والمشاي ومصانع الجعة ومطاعم شرائح اللحم وما إلى ذلك.]

## شخصية المشتري 2

يتضمن ذلك [الصناعات الفرعية حيث قد يستهدف نشاطك التجاري شرائح أكثر تحديدًا من جمهورك]. [مثال: الصناعة 1: الأطعمة والمشروبات، وهذا يشمل البار والمشاي ومصانع الجعة ومطاعم شرائح اللحم وما إلى ذلك.]



نصيحة محترف:

إذا لم تكن قد طورت أو حدّثت شخصيات المشتري الخاصة بك حتى الآن ، فيمكنك استخدام هذه القوالب المجانية لعمل عروض مرئية متعمقة لعملائك.

## تحليل تنافسي

في السوق (الأسواق) المستهدفة ، نتوقع التنافس مع الشركات التالية:

### شركة 1

	[منتج / خدمة هذا المنافس ، وما يفعله ، وما قد يفعله بشكل أفضل من منتجك] المنتجات التي تتنافس معها
طرق أخرى تتنافس فيها	[مثال: هذا المنافس لديه مدونة تحتل مرتبة عالية في Google للعديد من الكلمات الرئيسية نفسها التي نرغب في كتابة المحتوى عليها]

### شركة 2

	[منتج / خدمة هذا المنافس ، وما يفعله ، وما قد يفعله بشكل أفضل من منتجك] المنتجات التي تتنافس معها
طرق أخرى تتنافس فيها	[مثال: هذا المنافس لديه مدونة تحتل مرتبة عالية في Google للعديد من الكلمات الرئيسية نفسها التي نرغب في كتابة المحتوى عليها]

### الشركة 3

	<p>[منتج / خدمة هذا المنافس ، وما يفعله ، وما قد يفعله بشكل أفضل من منتجك] المنتجات التي تتنافس معها</p>
طرق أخرى تتنافس فيها	<p>[مثال: هذا المنافس لديه مدونة تحتل مرتبة عالية في Google للعديد من الكلمات الرئيسية نفسها التي نرغب في كتابة المحتوى عليها]</p>



نصيحة محترف:

يمكنك استخدام قوالب التحليل التنافسي هذه لإجراء بحث أكثر شمولاً عن منافسيك.

# استراتيجية السوق

## منتج

[صف المنتجات التي ستدخل بها إلى السوق المستهدفة الموضحة في القسم أعلاه. كيف سيحل هذا المنتج التحديات الموضحة في وصف شخصية المشتري الخاصة بك؟ ما الذي يجعل هذا المنتج مختلفًا عن (أو على الأقل منافسًا) لمنافسيك؟]

## سعر

[كم تباع هذا المنتج؟ هل هي تنافسية؟ واقعية بالنسبة لميزانية عملائك؟ هل ستجري أي عروض ترويجية / خصومات موسمية مرتبطة بهذا المنتج؟]

## ترقية

[كيف ستروج لهذا المنتج؟ فكر بعمق أكثر من مدونتك أو قنوات التواصل الاجتماعي الخاصة بك. ماذا عن هذا المحتوى سيضيف قيمة إلى منتجك؟]

## الناس

[من في قسم التسويق يلعب دورًا في استراتيجية السوق الخاصة بك؟ صف ما سيفعله كل منهم ، أو كل فريق ، لتحقيق نجاح إستراتيجية السوق الخاصة بك.].

## عملية

[كيف سيتم تسليم المنتج لعميلك؟ هل هي خدمة مستمرة؟ كيف ستدعم نجاحهم بمنتجك؟]

## دليل مادي

[أين يتم عرض منتجك؟ إذا كنت تبيع منتجًا غير ملموس ، فكيف يمكن للعملاء تقديم دليل مرئي على عملك؟]

# ميزانية

على مدار [العام الحالي] ، نظرًا للمبلغ النقدي المخصص لفريق التسويق ، نتوقع الاستثمار في العناصر التالية لضمان تحقيق الأهداف الموضحة في خطة التسويق هذه:

مصاريف التسويق	السعر المقدر
[اسم المصاريف]	
[اسم المصاريف]	
[اسم المصاريف]	
[اسم المصاريف]	
[اسم المصاريف]	
[إضافة المزيد من الصفوف إلى هذا الجدول ، انقر بزر الماوس الأيمن فوق خلية ، ثم حدد إدراج > صفوف أعلى / صفوف أدناه]	
المجموع	[إجمالي نفقات فريق التسويق لـ السنة الحالية]



# قنوات التسويق

على مدار [العام الحالي] ، سنطلق / نزيد من استخدامنا للقنوات التالية لتثقيف عملائنا وتكوين عملاء محتملين وتطوير الوعي بالعلامة التجارية:

## [موقع الويب / المنشور 1]

الغرض من القناة	[مثال: الوعي بالعلامة التجارية]
مقاييس للقياس نجاح	[مثال: 50000 مشاهدة صفحة فريدة شهرياً]

## [موقع الويب / المنشور 2]

الغرض من القناة	[مثال: الوعي بالعلامة التجارية]
مقاييس للقياس نجاح	[مثال: 50000 مشاهدة صفحة فريدة شهرياً]

## [الشبكة الاجتماعية 1]

الغرض من القناة	[مثال: الوعي بالعلامة التجارية]
مقاييس للقياس نجاح	[مثال: 50000 مشاهدة صفحة فريدة شهريًا]

## [الشبكة الاجتماعية 2]

الغرض من القناة	[مثال: الوعي بالعلامة التجارية]
مقاييس للقياس نجاح	[مثال: 50000 مشاهدة صفحة فريدة شهريًا]

# تكنولوجيا التسويق

سوف نستخدم التقنيات والبرامج التالية لمساعدتنا في تحقيق أهدافنا وغاياتنا.

## تسويق CRM

[اذكر اسم CRM للتسويق الذي ستستخدمه وشرح بإيجاز كيف سيتم استخدامه.]

## برامج التسويق عبر البريد الإلكتروني

[قم بتسمية برنامج التسويق عبر البريد الإلكتروني الذي ستستخدمه وشرح بإيجاز كيف سيتم استخدامه.]

## برامج أتمتة التسويق

[اذكر اسم برنامج أتمتة التسويق الذي ستستخدمه وشرح بإيجاز كيف سيتم استخدامه.]

## برامج التدوين

[اسم برنامج التدوين الذي ستستخدمه وشرح بإيجاز كيف سيتم استخدامه.]

## برامج إدارة الإعلانات

[قم بتسمية البرنامج الإعلاني الذي ستستخدمه وشرح بإيجاز كيف سيتم استخدامه.]

## برامج إدارة وسائل التواصل الاجتماعي

[اذكر اسم برنامج إدارة الوسائط الاجتماعية الذي ستستخدمه وشرح بإيجاز كيف سيتم استخدامه.]

## برامج استضافة الفيديو

[اذكر اسم برنامج تسويق الفيديو الذي ستستخدمه وشرح بإيجاز كيف سيتم استخدامه.]



نصيحة محترف:

يحتوي برنامج [HubSpot's Marketing Hub](#) على أدوات لدعم مبادراتك التسويقية في جميع هذه المجالات - وأكثر! بالنسبة للشركات الصغيرة إلى المؤسسات القائمة ، يبدأ برنامج التسويق الخاص بـ HubSpot مجاناً ويساعد على توسيع نطاق عملك بشكل أفضل وأسرع.

# خطة التسويق مثال

هل تحتاج إلى بعض الإلهام؟ أخذنا الحرية في  
ملء النموذج لشركة وهمية.

لا تتردد في أخذ بعض المؤشرات!



استمر في التمرير إلى المثال

□□□



# سان ديجينسي

مثال على خطة التسويق

## هدفنا

لإسعاد وجذب الأعمال التجارية في منطقة سان دييغو الكبرى مع وعد بخدمات وكالة ممتازة ولا تقبل المنافسة.

## مؤلفو الوثيقة

أليكس سميث

asmith@sandieagency.com

سيرينا لي sli@sandieagency.com



# طاولة محتويات

ملخص الأعمال

مبادرات الأعمال

السوق المستهدف

استراتيجية السوق

ميزانية

قنوات التسويق

تكنولوجيا التسويق

# ملخص الأعمال

## شركتنا

San Diegency هي وكالة تسويق مقرها سان دييغو. نحن نقدم خدمات تسويقية كاملة ونوجد لتقديم أعمال تسويقية لا مثيل لها للشركات في سان دييغو والمناطق المجاورة.

مهمتنا هي تمكين منظمات سان دييغو للتواصل بشكل فعال مع أصحاب المصلحة الحاليين والمحتملين.



## قادة التسويق لدينا



نامان مالك هو الرئيس التنفيذي لشركة San Diegencency. بدأ الوكالة في عام 2014 وحصل على ماجستير إدارة الأعمال مع التركيز على التسويق وريادة الأعمال من جامعة جنوب كاليفورنيا.

ولد نامان ونشأ في سان دييغو. كانت والدته تمتلك شركة صغيرة ، مما ألهمه لمساعدة المنظمات المحلية الأخرى على الازدهار.



سيرينا لي هي CMO في San Diegencency. لديها عشر سنوات من الخبرة في التسويق الرقمي مع تخصصات في تسويق المحتوى وحملات تحسين محركات البحث والعلاقات العامة و PPC.

انضمت سيرينا إلى الوكالة في عام 2019 وتحمل شهادة BSBA من جامعة كاليفورنيا.



أليكس سميث هو مدير إنشاء الطلب في San Diegencency. مدير فريق الاستحواذ العضوي وتسويق المحتوى التابع للوكالة.

عمل أليكس في الصحافة لمدة 20 عامًا قبل أن ينتقل إلى التسويق. حاصل على درجة البكالوريوس من كلية إيمرسون في بوسطن ، ماساتشوستس.

## تحليل SWOT

بصفتنا فريق التسويق في San Diegencency ، نريد مساعدة العلامة التجارية في الاعتماد على ما تفعله بشكل جيد ، وتحسين ما لا تفعله ، والاستفادة مما يمكنها فعله ، والدفاع ضد ما يمكن أن يتحدتها. مع أخذ ذلك في الاعتبار ، إليك تحليل SWOT الخاص بنا لهذا العام.

## نقاط القوة

•الموهبة. SD لديها 80 بدوام كامل  
موظفين مكرسين لخدمة أعمال سان ديبغو.

•قاعدة العملاء. تخدم وكالتنا بعض أكبر المؤسسات وأكثرها  
نفوذاً في المنطقة.

## نقاط الضعف

•عدم التخصص. في جوهنا ، خدماتنا مماثلة لخدمات  
الوكالات الأخرى. •هوامش ربح منخفضة. بسبب

المنافسة ، نحن بحاجة إلى إبقاء أسعارنا منخفضة.

## فرص

•الطلب على الرقمية. هناك طلب متزايد على خدمات  
التسويق الرقمي في SD. •تزايد عدد السكان. مع نمو  
سكان ، SD يزداد عدد الأعمال أيضًا.

## التحديات

•المنافسة. هناك ما لا يقل عن 12  
وكالات منطقة سان ديبغو الرئيسية الأخرى ، بالإضافة  
إلى الوكالات الوطنية. •نمو الأعمال البطيء. المنظمات  
لا تزال تكافح من أجل التعافي من الانكماش الاقتصادي.

## مبادرات الأعمال

تهدف San Diegency إلى تحقيق هدف طموح يتمثل في اكتساب 24 عميلًا جديدًا والاحتفاظ بـ 80% من قاعدة عملائها الحاليين هذا العام. لمساعدة الأعمال على القيام بذلك ، سيواصل فريق التسويق لدينا المبادرات التالية.

### المبادرة :1الاستثمار في التسويق القائم على الحساب

وصف	لقد حققت San Diegency نجاحًا كبيرًا مع حملات البحث المجانية والمدفوعة ، لكننا لم نخصص الموارد بعد للمبادرات المستهدفة القائمة على الحسابات. للقيام بذلك ، سوف نوظف ثلاثة ممثلين مخصصين لـ AMB.
هدف المبادرة	اجذب العملاء الأكبر حجمًا والذين يريدون عرضًا شخصيًا ونهجًا شخصيًا.
مقاييس للقياس نجاح	تم الحصول على 10 حسابات حصرًا من خلال حملات التسويق القائمة على الحسابات.

## المبادرة :2تفجير تواجدنا على الإنترنت

وصف	البناء على نجاحنا الحالي عبر الإنترنت ، نحتاج إلى استثمار الموارد في النمو الاستراتيجي لوجودنا عبر الإنترنت بالإضافة إلى جني الأرباح من جهات الاتصال المكتسبة من خلال هذه الجهود.
هدف المبادرة	من خلال مجموعة من الحملات المدفوعة وحملات المحتوى الجديدة واستكشاف مجموعات جديدة عبر الإنترنت ، يمكننا الاستفادة من شخصيات جديدة وجذب المزيد من العملاء المحتملين.
مقاييس للقياس نجاح	مضاعفة أرقام حركة المرور العضوية ويؤدي الإعلانات المدفوعة.

## المبادرة :3كن وجهة سان دييغو للندوة عبر الإنترنت

وصف	أحد المجالات التي لم نتابعها بعد هو الندوات عبر الإنترنت. نحن نعلم أن الأشخاص يتوقون إلى المحتوى عبر الإنترنت والمجتمع والتعليم ، وأن San Diegency في وضع يمكنها من توفير ذلك للشركات.
هدف المبادرة	أنتج ما لا يقل عن ستة ندوات عبر الإنترنت لجلب عملاء جدد ، والتفاعل مع العملاء الحاليين ، وتوفير معلومات تكتيكية وموضوعية لمساعدة أعمال سان دييغو على الازدهار.
مقاييس للقياس نجاح	3000 مسجل ندوة عبر الإنترنت (500 لكل جلسة) 50 QLS جديدة.

# السوق المستهدف

## الصناعات

في هذا العام ، نستههدف الصناعات التالية حيث سنبيع منتجاتنا ونتواصل معها

عملاء:



### مطاعم

يستمر مشهد مطعم ومصنع الجعة في سان دييغو في النمو ، وتمحور هذه الأعمال بسبب زيادة الطلب على التوصيل وتناول الطعام خارج المبنى.



### المدارس والجامعات

مع وجود أكثر من 150 مدرسة وجامعة في سان دييغو ، تعد هذه المراكز التعليمية سوقاً غير مستغل - خاصة المعاهد والكليات الخاصة.

## شخصيات المشتري

في السوق (الأسواق) المستهدفة ، حددنا شخصيات المشتري التالية لتمثيل المثل الأعلى لدينا

عملاء:



الشيف / المالك شارلوت

شارلوت صاحبة مطعم في أوائل الثلاثينيات من عمرها. هي غير متزوجة لكنها ملتزمة بعملها. إنها قلقة بشأن الحفاظ على مطعمها مستدامًا وتشك في عادات تناول الطعام خارج المنشأة.



عميد دانيال

دانيال هو رئيس التطوير في مدرسته. يريد الحفاظ على ارتفاع أعداد المسجلين وزيادة أعداد التبرعات. إنه في الخمسينيات من عمره ، متزوج ويفخر بالعمل في مدرسته.

## تحليل تنافسي

في أسواقنا المستهدفة ، نتوقع التنافس مع الشركات التالية:

### وكالة تسويق الأمة

كيف تتنافس	تقدم Nation's نفس الخدمات التي نقدمها ، ولكن مع الموارد والحجم والقدرة على تحمل تكاليف وكالة وطنية.
كيف يمكننا الفوز	نحن نعيش وتنفس سان دييغو. يمكننا تقديم خدمات أكثر تخصيصًا لجمهورنا المستهدف.

### كاليفورنيا تسويق برادرز

كيف تتنافس	تتطابق خدمات CMB مع خدماتنا ، باستثناء الفيديو. كما أنها تروق لجمهورنا.
كيف يمكننا الفوز	مرة أخرى نستفيد من العمل المحلي للغاية ، ونقدم خدمات الفيديو التي لا توفرها CMB.

### خدمات وكالة داف وساندلر

كيف تتنافس	D&S هي وكالة أخرى مقرها سان دييغو ولديها اتصالات متعددة. إنهم يشكلون منافسة مباشرة لنا.
كيف يمكننا الفوز	لا تزال الوكالة صغيرة وجديدة ، لذلك لدينا ميزة المحرك الأول المقارنة وعدد أكبر من الأشخاص والموارد لكسب العملاء.

# استراتيجية السوق

## منتج

San Diegency هي وكالة تسويق رقمية كاملة ، تقدم دعمًا وخدمات متخصصة في جميع المجالات التالية:

• تسويق المحتوى. • سيو.

- حملات التسويق المدفوعة. • إنتاج الفيديو.
- التصميم الجرافيكي. • تطوير الموقع.
- استراتيجية التسويق العامة.

تقدم خدماتنا مجموعة من الخيارات للشركات والمؤسسات من جميع الأحجام والخبرة. يسعدنا العمل مع الشركات الربحية وغير الربحية ، الخاصة والعامة ، الكبيرة والصغيرة على حد سواء.

## سعر

يختلف النطاق السعري لدينا حسب نوع العمل والحجم والحاجة. نحن نصنع حزمًا محددة بناءً على تأثير عملنا على النتائج النهائية لعملائنا ، وكمية المخرجات التي سينتجها فريقنا ، والساعات الإدارية والبحثية القابلة للفوترة التي سيضطلع بها فريقنا. تبدأ الحزم من 3000 دولار كحد أدنى ولكن يمكن أن تصل إلى ستة أرقام للمشاريع الجارية عالية التأثير.

## ترقية

نعزز خدماتنا بالطرق التالية:

• القنوات العضوية ، مثل موقعنا على الويب ومدونتنا.



• حملات مدفوعة على وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث لأصحاب الأعمال المستهدفة في سان دييغو.

• ندوات عبر الإنترنت -أحدث استثماراتنا للتحدث إلى العملاء المحتملين ، والعملاء ، وجهات الاتصال الجديدة

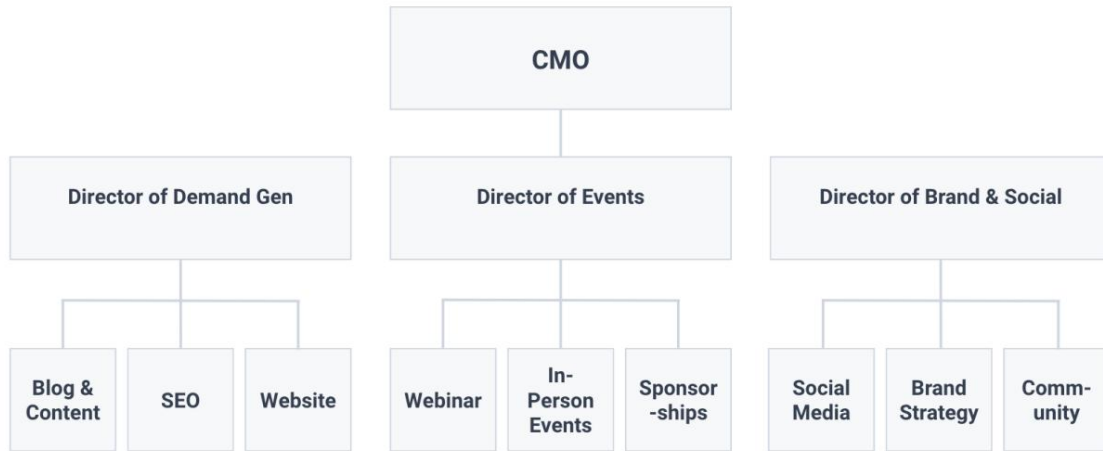
على حد سواء.

• التكامل المجتمعي والعمل مع المؤسسات المحلية للعمل التطوعي و فرص الرعاية.

تجمع هذه الاستراتيجية بين الفرص المدفوعة والشخصية والعضوية للوصول إلى عملاء جدد وإشراك العملاء الحاليين.

## الناس

يتكون فريق التسويق لدينا من 28 فرداً يجلسون تحت ثلاثة فرق. لدينا متخصصون في الطلب العام ، والأحداث ، والعلامة التجارية ، والشبكات الاجتماعية حريصون على مساعدة شركتنا في الوصول إلى آفاق جديدة.



## عملية

نظراً لنهج العدو السريع ، ستبدو عملياتنا مختلفة لجميع العملاء. سيتلقى العملاء أي وجميع الخدمات التي يهتمون بها ، وسنعمل معهم وفقاً لجدول زمني يناسب احتياجاتهم وميزانيتهم على أفضل وجه.

## ميزانية

على مدار هذا العام ، وبالنظر إلى الأموال النقدية المخصصة لفريق التسويق ، نتوقع الاستثمار في العناصر التالية لضمان تحقيق الأهداف الموضحة في خطة التسويق هذه:

مصاريف التسويق	السعر المقدر
برامج التسويق	10000 دولار
رعاية الحدث	5000 دولار
الاجتماعية المدفوعة	12000 دولار
البحث المدفوع	30 ألف دولار
المجموع	57000 دولار

# قنوات التسويق

على مدار العام ، سنطلق (أو نزيد من) استخدامنا للقنوات التالية لتثقيف عملائنا ، وتوليد العملاء المحتملين ، وتطوير الوعي بالعلامة التجارية:

## ندوات عبر الإنترنت

الغرض من القناة	الوعي بالعلامة التجارية واكتساب العملاء ومشاركة العملاء.
مقاييس للقياس نجاح	عمليات الاشتراك في الندوات عبر الإنترنت ، ومعدل الاشتراك حتى الحضور ، والحضور إلى Q1 معدل.

## انستغرام

الغرض من القناة	العلامة التجارية للموظف ، والوعي بالعلامة التجارية للشركة ، والمشاركة المرئية.
مقاييس للقياس نجاح	المتابعون ، يحب.

# تكنولوجيا التسويق

سوف نستخدم التقنيات والبرامج التالية لمساعدتنا في تحقيق أهدافنا وغاياتنا.

## تسويق CRM

نحن نستخدم ، CRM HubSpot لأنه يدمج برامج التسويق والمبيعات وخدمة العملاء الخاصة بنا في موقع مركزي واحد. كما أنه يربطنا بمجموعة من أدوات التسويق الأخرى التي يستخدمها فريقنا (وقاعدة عملائنا).

## برامج التسويق عبر البريد الإلكتروني

يتيح لنا برنامج HubSpot للتسويق عبر البريد الإلكتروني الخاص بنا إرسال اتصالات جماعية إلى قاعدة عملائنا ، وتسجيل مسجلي ندوة الويب لدينا في تدفقات رعاية قبل وبعد حضورهم ، وتمكين مندوبي المبيعات من التواصل بشكل متزامن مع التسويق.

## برامج التدوين

يسمح لنا برنامج التدوين ونظام إدارة المحتوى الخاص بـ HubSpot بكتابة منشورات المدونة الخاصة بنا ونشرها وتحسينها تاريخيًا. نحن نلزم أنفسنا بإيقاع نشر ثلاث مرات في الأسبوع ، ويتيح لنا HubSpot إنتاج المحتوى التفاعلي بسرعة.

## برامج إدارة وسائل التواصل الاجتماعي

نحن ندير النشر على وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام برنامج الوسائط الاجتماعية الخاص بـ HubSpot يمكننا النشر على منصات متعددة ورؤية المشاركة في مكان واحد.