

## خطة تدشين مشروع معتز والحياة المهنية خطة مقترحة لمدة أسبوعين عمل

الأسبوع الأول			الأسبوع الثاني		
اليوم	الفترة	النشاط	اليوم	الفترة	النشاط
الأحد	الصباح	اجتماع تحضير مع الفريق لتحديد الأهداف العامة للخطة	الأحد	الصباح	اجتماع تنسيقي مع فريق العمل لتحديد الأدوار والمسؤوليات
	الظهرية	إعداد قائمة بجميع المواد المطلوبة للحملة وتحديد الفئة المستهدفة	الظهرية	الظهرية	وضع اللامسات الأخيرة على المواد التسويقية وتجهيز قائمة المؤثرين والشركاء المحتملين
	المساء	تصميم النماذج الأولية للمواد التسويقية وتحديد الميزانية	المساء	المساء	تجهيز منصات التواصل الاجتماعي بالتصاميم والصور الخاصة بالحملة واختبار الحملات الإعلانية
الاثنين	الصباح	بدء إنتاج المحتوى المرئي وكتابة النصوص المطلوبة للفيديوهات	الاثنين	الصباح	إطلاق الحملة رسمياً على جميع منصات التواصل الاجتماعي
	الظهرية	التواصل مع المؤثرين والشركاء المحتملين ومراجعة المواد	الظهرية	الظهرية	بدء حملات الإعلانات المدفوعة على منصات التواصل الاجتماعي وترويج الحملة من خلال القصص
	المساء	تجهيز خطة النشر التفصيلية وتحديد تواريخ البث المباشر	المساء	المساء	تفاعل مباشر مع الجمهور ودعوة المؤثرين لنشر محتوى ترويجي
الثلاثاء	الصباح	تجهيز وإعداد منصات التواصل الاجتماعي واختبار أنظمة البث المباشر	الثلاثاء	الصباح	نشر قصص نجاح ودعوة المشاركين إلى تحدي أو مسابقة مرتبطة بأهداف البرامج
	الظهرية	تجهيز وإعداد أنظمة تحليل الأداء ومراجعة جاهزية المحتوى	الثلاثاء	الظهرية	تنظيم جلسة بث مباشر مع أحد المدربين والإجابة عن أسئلة الجمهور
	المساء	إعداد وحفظ النسخ الاحتياطية من جميع المواد التسويقية	الثلاثاء	المساء	متابعة التفاعل على البث المباشر وتحليل الاستجابات
الأربعاء	الصباح	مراجعة كاملة للجدول الزمني للحملة مع الفريق ومراجعة جداول المؤثرين	الأربعاء	الصباح	تنفيذ التعاونات مع المؤسسات التعليمية والشركاء المحليين ونشر فيديو جديد عن الأنشطة
	الظهرية	إجراء تعديلات نهائية على المحتوى واختبار أنظمة البث	الأربعاء	الظهرية	التحضير للحدث المباشر أو الورشة التعريفية والترويج المكثف لها
	المساء	تدريب الفريق على استخدام الأدوات والتفاعل مع الجمهور	الأربعاء	المساء	إقامة الحدث المباشر/الورشة التعريفية مع تقديم معلومات تفصيلية حول البرنامجين
الخميس	الصباح	اجتماع ختامي مع الفريق لمراجعة الخطة كاملة	الخميس	الصباح	تحليل أداء الحملة (عدد المشاهدات، المشاركات، التفاعلات) وإرسال استبانة للمشاركين
	الظهرية	إعداد جميع الحملات الإعلانية المدفوعة وضبطها لتعمل تلقائياً	الخميس	الظهرية	مراجعة مؤشرات الأداء وتحديد ما إذا كانت الحملة قد حققت أهدافها
	المساء	مراجعة نهائية لكل التفاصيل وتأكيد موعد الإطلاق	الخميس	المساء	إعداد تقرير نهائي للحملة ونشر ملخص ختامي على وسائل التواصل الاجتماعي

## مؤشرات خطة التدشين

المؤشر	الهدف	طريقة القياس
عدد المواد التسويقية الجاهزة	إعداد ١٠٠٪ من المواد المطلوبة قبل نهاية الأسبوع	نسبة المواد المكتملة إلى المواد المطلوبة
نسبة الاتفاقيات مع المؤثرين والشركاء	التوصل إلى اتفاقيات مع ٨٠٪ من المؤثرين والشركاء المحتملين	عدد الاتفاقيات الموقعة \ عدد المؤثرين والشركاء المستهدفين x ١٠٠
جاهزية منصات التواصل الاجتماعي	إعداد ١٠٠٪ من منصات التواصل الاجتماعي قبل بداية الأسبوع الثاني	نسبة المنصات الجاهزة
اختبار الأنظمة التقنية	اجتياز ١٠٠٪ من اختبارات الأنظمة التقنية بنجاح	نسبة الأنظمة التي اجتازت الاختبارات
عدد المشاركات والتفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي	تحقيق ٥٠٠٠ تفاعل خلال فترة الحملة	العدد الإجمالي للتفاعلات
عدد المشاهدات لمقاطع الفيديو الترويجية	تحقيق ١٠,٠٠٠ مشاهدة لمقاطع الفيديو خلال فترة الحملة	العدد الإجمالي للمشاهدات
نسبة زيادة المتابعين على منصات التواصل الاجتماعي	زيادة المتابعين بنسبة ٢٠٪ خلال فترة الحملة	عدد المتابعين الجدد \ عدد المتابعين السابقين x ١٠٠
عدد التسجيلات في البرامج	تحقيق ٢٠٠ تسجيل جديد في البرنامجين	العدد الإجمالي للتسجيلات
معدل الحضور في الحدث المباشر أو الورشة	تحقيق ٧٥٪ من التسجيلات في الحدث	عدد الحضور \ عدد المسجلين x ١٠٠
معدل النقر على الإعلانات المدفوعة (CTR)	تحقيق معدل نقر ٢٪ على الإعلانات المدفوعة	عدد النقرات \ عدد مرات ظهور الإعلانات x ١٠٠
معدل الاستجابة لاستبيان الحملة	الحصول على استجابة من ٥٠٪ من المشاركين في الحدث	عدد الاستجابات \ عدد الاستبيانات المرسلة x ١٠٠