

□ ملف تنظيم المهام

□□ 1. Team Leader – دينا عادل ((الاستراتيجيه العامه))

المهام:

- وضع الاستراتيجية الأساسية للحملة (الرؤية العامة، الأهداف، الجمهور المستهدف).
- توزيع المهام على الفريق ومتابعة تنفيذها.
- مراجعة كل مرحلة من مراحل التنفيذ.
- التنسيق بين كل أفراد الفريق والتأكد من أن الجميع ملتزم بالمواعيد المحددة.
- مساعدة كل فرد في تطوير جزءه إن تطلب الأمر (محتوى - تصميم - تحليل...).
- التأكد من التسليم النهائي الكامل لجميع الأجزاء في الموعد المحدد.

□ 2. Content Strategist (استراتيجيه المحتوى) ((رؤيا))

المهام:

- وضع خريطة المحتوى العامة للحملة تشمل:
 - عدد البوستات والفيديوهات.
 - نوعية المحتوى (تعليمي - ترفيهي - معلوماتي - تفاعلي - ألعاب).
 - اللغة المستخدمة والتون أوف فويس (رسمي - خفيف - ساخر... إلخ).
- تسليم الاستراتيجية مكتوبة لفريق كتابة المحتوى لبدء التنفيذ بناءً عليها.

□ 3. Content calander (الكاليندر) ((فاطمه))

المهام:

- استلام خريطة المحتوى من الـ Content Strategist.
- كتابة المحتوى كاملاً (بوستات - سكريبتات فيديو - كابتشن للإعلانات).
- الالتزام بالتون أوف فويس ونوعية البوستات المحددة.
- تسليم المحتوى النهائي في المواعيد المحددة.

4. Media plan □ (خطه الاعلانات) ((keistena))

المهام:

- إعداد خطة الإعلانات الممولة وتشمل:
 - الأهداف التسويقية (زيادة وعي - تحويل - زيارات...).
 - تحديد الجمهور المستهدف بدقة.
 - اختيار المنصات والإعلانات المناسبة.
 - تحديد الميزانية (Budget).
 - وضع KPIs واضحة يمكن قياسها.
- التنسيق مع الفريق أثناء تنفيذ الإعلانات.

5-Page Manager & Scheduler □ (مسؤول الصفحات والجدولة) (كرستين))

المهام:

- إنشاء صفحات السوشيال ميديا الخاصة بالحملة أو تحديث الصفحات الحالية لتتوافق مع الهوية البصرية والاستراتيجية.
 - إعداد الجداول الزمنية للنشر (Post Calendar) باستخدام الأدوات المناسبة (Meta Suite - Notion - Google Sheets...).
 - جدولة المنشورات تلقائيًا على المنصات (...Facebook, Instagram, YouTube) بمجرد استلامها من فريق المحتوى.
 - متابعة التفاعل الأساسي والتأكد من سير النشر بدون أخطاء.
 - إعداد ريبورت دوري بسيط حول نسب النشر، الانتظام، والمواعيد.
-

5-Campaign Analyst & Reporter (محلل الحملة والتوصيات)(menna)

المهام:

- تحليل نتائج:
 - الحملة الإعلانية (Ads).
 - المحتوى المنشور (Organic).
 - تفاعل الجمهور على المنصات (Reach - Engagement - Saves - ...Shares).
- استخدام أدوات التحليل مثل:
 - Meta Business Insights
 - Google Analytics
 - أدوات تقارير الإعلانات (TikTok, YouTube, X).
 - استخراج توصيات واضحة بناءً على البيانات:
 - ما الذي نجح؟
 - ما الذي يجب تحسينه؟
 - ما الفرص القادمة؟
- إعداد ملف ريبورت نهائي شامل يجمع:
 - نتائج الأداء
 - مقارنة بالأهداف
 - الـ KPIs
 - التوصيات المستقبلية
 - الخطوة التالية للحملة (Next Step)

6. Visuals & Ads Production – مهمة مشتركة لكل الفريق

المهام:

- كل فرد في الفريق (6 أشخاص) يقوم بـ:
 - تصميم 3 بوست Static.
 - تصميم 2 فيديو قصير (Reels أو Ads).
- يتم العمل على الإعلانات الممولة بشكل جماعي عبر:

- اجتماع مشترك (أونلاين أو حضوري).
 - مشاركة الشاشة والتعاون في التنفيذ.
 - إخراج إعلانين إلى 3 فقط لتقليل التكاليف.
-

□ ملاحظات عامة:

- كل شخص يسلم مهمته في موعدها المحدد لتجنب التأخير العام.
- التواصل مستمر بين الفريق، وأي صعوبات يتم رفعها لـ **Team Leader** فوراً.
- العمل يتم بشكل مرن لكن باحترافية وضمن الإطار الزمني.
- المخرجات النهائية يجب أن تكون موحدة بصرياً ومتسقة مع الهوية البصرية للحملة.