



PROJECT START UP

Prepared By
Elite Team



Project Outline for Elite Team

براعم أكاديمي - Baraem Academy

خطة متكاملة لتنمية الأطفال

وصف فكرة المشروع:

تخيل إن في مكان يجمع بين التعليم، الموهبة، وتنمية المهارات من أول سن صغير لحد بداية مرحلة المراهقة...
"أكاديمية براعم" هي أول أكاديمية متخصصة في تنمية الأطفال والشباب (من 2.5 سنة حتى 14 سنة) ، هدفها تحويل كل طفل لطاقة من الإبداع والثقة والتميز.
"مش مجرد أكاديمية... دي بداية قصة نجاح كل طفل موهوب!"

في أكاديمية براعم، إحنا مش بس بندرس... إحنا بنبنى جيل كامل متكامل. الأكاديمية بتقدم:

- ✓ كورسات تأسيس في الماث واللغة الإنجليزية.
- ✓ كورسات Phonics & Grammar لتقوية أساسيات القراءة والكتابة.
- ✓ كورسات تعليم وتحفيظ القرآن الكريم + كورسات في اللغة العربية + كورسات نور البيان.
- ✓ كورسات تخاطب وتعديل السلوك لتحسين النطق وتنمية التواصل.
- ✓ كورسات تنمية مهارات تبدأ مع الطفل من عمر 2.5 سنة.
- ✓ أنشطة رياضية متنوعة: كاراتيه، كونغ فو، والأهم إننا الأكاديمية الوحيدة في نجع حمادي اللي بتعلم رياضة "الأيكيديو".
- ✓ رحلات ترفيهية وتعليمية مميزة للأطفال.
- ✓ مجموعات تقوية في المناهج الدراسية للمرحلة الابتدائية والإعدادية.

يعني ببساطة: الأكاديمية بتوفر خدمات تعليمية، تربوية، وأنشطة ترفيهية شاملة تغطي كل المراحل السنية من 2.5 سنة الي 14 سنة.

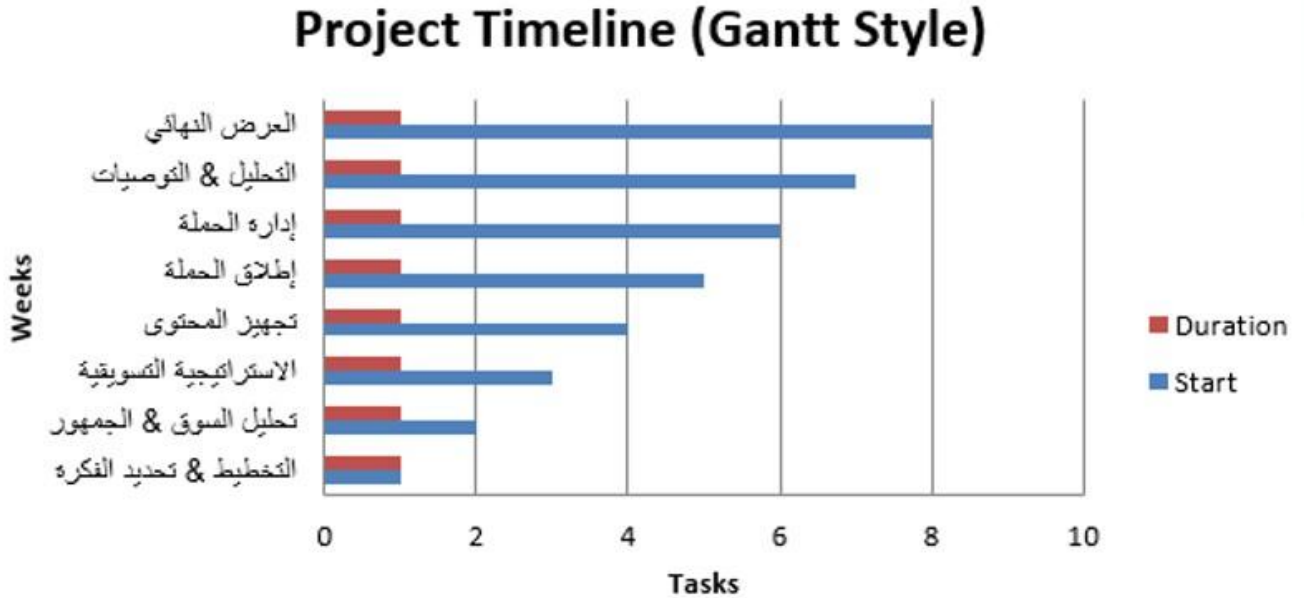
وما يميزنا عن الآخرين: ان المكان آمن تماما مزود بكاميرات مراقبة ويوجد جروبات متابعه لأولياء الامور علي الواتس اب كما يوجد أدوات تعقيم لمنع انتشار الامراض داخل الاكاديمية.



الأهداف :

1. زيادة الوعي بالعلامة التجارية للأكاديمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
 2. جذب أولياء الأمور المهتمين بتنمية مهارات أبنائهم.
 3. زيادة معدل التسجيل في البرامج والأنشطة بنسبة 25% خلال 3 شهور.
 4. بناء مجتمع تفاعلي من أولياء الأمور والطلاب على صفحة الفيس بوك.
 5. تعزيز ثقة الجمهور من خلال محتوى ملهم واحترافي يعكس نجاحات الأكاديمية.
- رؤية مستقبلية : تقديم كورسات إضافية تميزنا عن غيرنا مثل كورسات تنمية بشرية للأطفال / كورسات برمجة

الجدول الزمني لمشروع التخرج (8 أسابيع)



➤ الأسبوع 1: التخطيط & تحديد الفكرة

- اختيار فكرة المشروع وصياغة الهدف الرئيسي.
- تقسيم الأدوار بين أعضاء الفريق.
- إعداد Timeline.

➤ الأسبوع 2: تحليل السوق والجمهور المستهدف

- بحث السوق ودراسة المنافسين.
- إنشاء Personas (2-3 شخصيات).
- استخراج Insights لمساعدة الاستراتيجية.



➤ الأسبوع 3: الاستراتيجية التسويقية

- إعداد خطة (Social Media (Facebook – Instagram – Tiktok).
- خطة SEO (كلمات مفتاحية – تحسين الموقع/المحتوى).
- تحديد شكل الإعلانات الممولة (Google Ads / Meta Ads).

➤ الأسبوع 4: تجهيز المحتوى (Content Creation)

- إعداد أول دفعة محتوى (بوستات + معايدات ل 6 أكتوبر و دخول المدارس + Reels).
- تصميم مواد بصرية (صور – فيديوهات قصيرة).
- كتابة الكابتشنز والنصوص.
- تجهيز Content Calendar & Content Plan.

➤ الأسبوع 5: إطلاق الحملة (Campaign Launch)

- نشر أول دفعة محتوى.
- تشغيل أول حملة إعلانية ممولة.
- متابعة التفاعل بشكل يومي.

➤ الأسبوع 6: إدارة الحملة (Campaign Management)

- نشر ثاني دفعة محتوى.
- متابعة الصفحات + الرد على التعليقات والرسائل (Community Management).
- اختبار أكثر من صيغة إعلان (A/B Testing).
- رفع تقرير مبدئي بالنتائج.

➤ الأسبوع 7: التحليل والتوصيات (Analytics & Optimization)

- نشر ثالث دفعة محتوى.
- تحليل النتائج باستخدام Google Analytics + Insights.
- حساب KPIs (Engagement – CTR – Conversion Rate – ROI).
- تقديم تحسينات للحملة (Optimization).

➤ الأسبوع 8: العرض النهائي & التقارير

- إعداد التقرير النهائي (Documentation).
- تجهيز العرض (Presentation + PowerPoint).
- عرض المشروع على اللجنة.



خطة العمل (Action Plan)

1. تحليل السوق:

- ✓ عمل دراسة للسوق / دراسة تسويقيه / تحديد ال market segmentation / عمل target market segmentation / تحديد ال persona
- ✓ تحديد المنافسين + نقاط القوة والضعف (SWOT Analysis) .

2. إعداد البروفايل الرقمي :

- ✓ للأكاديمية علي الفيس بوك / انستاجرام / تيك توك

3. إنشاء محتوى إبداعي:

- ✓ بوستات/أسبوع (تعريفي - تعليمي - تفاعلي).
- ✓ فيديو/أسبوع (نجاحات - كواليس - آراء أولياء الأمور).

4. إعلانات ممولة:

- ✓ ميزانية مقترحة: 1500-2000 جنيه/شهر.
- ✓ استهداف جغرافي نجع حمادي والمناطق المجاورة

5. قياس الأداء (KPIs):

- ✓ زيادة عدد المتابعين بنسبة 30% خلال شهرين.
- ✓ متوسط Engagement Rate لا يقل عن 10%.
- ✓ عدد الاستفسارات من الاهالي
- ✓ عدد التسجيلات الفعلية في الكورسات
- ✓ نسبة رضا اولياء الامور

التحديات المتوقعة :

- ✓ ضعف الوعي بالعلامة التجارية
- ✓ المنافسة مع المراكز التعليمية الاخرى
- ✓ الحاجة لاقتناع الاهالي واكتساب الثقة

فريق العمل :

- 1- علي محمد عنتر رمضان \ Team Leader
- 2- أسامة صلاح مختار محمد
- 3- سارة محمد أسامة أحمد
- 4- هدير مصطفى هاشم عبد اللاه
- 5- سماح حشمت حسن عبدالوهاب
- 6- الاء عبد المحسن زكي



تقسيم الأدوار :

1 - علي محمد عنتر رمضان : Project Manager & Documentation Lead

- ✓ مسؤول عن التخطيط وتوزيع المهام + متابعة الجدول الزمني
- ✓ اعداد وتنظيم الاجتماعات Gantt Chart
- ✓ تجميع كل الشغل في التقرير النهائي
- ✓ تنسيق العرض النهائي

2- سماح حشمت حسن عبد الوهاب : Market Research & Audience Analyst

- ✓ يعمل تحليل السوق والمنافسين
- ✓ إعداد ال SWOT Analysis & Strategy
- ✓ إنشاء ال Persona
- ✓ تجهيز ال Insights

3- هدير مصطفى هاشم : Social Media Strategist

- ✓ يحدد المنصات المناسبة
- ✓ يقوم بعمل ال content calender & Content plan
- ✓ يحدد شكل الحملات الإعلانية
- ✓ يتعاون مع ال Content creator

4- سارة محمد أسامة أحمد : Content Creator & Designer

- ✓ يصمم البوستات + الفيديوهات + Reels
- ✓ يكتب الكابتشنز بشكل جذاب للأهالي والأطفال
- ✓ يتأكد إن المحتوى متوافق مع الهوية البصرية للأكاديمية.
- ✓ يسلم المحتوى للنشر

5- الاء عبد المحسن زكي : Community Manager

- ✓ يتابع الصفحات أثناء الحملة.
- ✓ يرد على استفسارات وتعليقات أولياء الأمور.
- ✓ يكتب تقرير أسبوعي بسيط عن التفاعل

6 - أسامة صلاح مختار محمد : Performance & Analytics Specialist

- ✓ يتابع نتائج الحملات عبر Google Analytics + Meta Insights
- ✓ يحسب (ROI – Conversion – CTR – Reach) KPIs
- ✓ يعمل تقارير دورية عن الأداء.
- ✓ يكتب توصيات للتحسين قبل العرض النهائي.