



هيكال
Haykal

الملف التعريفي | 2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



قائمة المحتويات

04

من نحن؟

01

09

خدماتنا

02

52

مشاريع فريق العمل

03



من نحن؟

الفصل الأول |



هيكل هي شريك استراتيجي يقدم حلولاً متكاملة لدعم الجهات في القطاعين العام والخاص لتحقيق أهدافها الطموحة.

نُركز على تمكين عملائنا من خلال تقديم خدمات استشارية متخصصة تهدف إلى تحويل الرؤى إلى واقع ملموس، مع تحقيق أثر مستدام يبدأ من التخطيط الاستراتيجي وصولاً إلى التنفيذ.

يقودنا فريق استثنائي من الكفاءات السعودية، يجمع بين شغف الابتكار والفهم العميق للسوق المحلي ورؤية المملكة 2030، ونلتزم بتطوير حلول فعالة تحدث فرقاً حقيقياً وتحقق نتائج ملموسة تساهم في تعزيز الأفراد والمجتمع.



**الالتزام
التميز
العميل أولًا
الابتكار
الأمانة**

قيمنا

**الريادة في تقديم الاستشارات العملية
القابلة للتطبيق ذات القيمة المضافة
للجهات الحكومية والقطاع الخاص**

رؤيتنا

**ابتكار الحلول الاستشارية والتنفيذية
المخصصة للقطاعين الحكومي
والخاص انطلاقاً من السياق المحلي
واستناداً على أفضل الممارسات
العالمية والأدوات المعرفية**

رسالتنا



ما يميزنا

في جوهر عملنا

فهم عميق للسوق المحلي،
مدعوم بمنهجيات علمية قوية،
ل يقدم حلولاً عملية قابلة
للتطبيق تترجم التحديات إلى
فرص نجاح مستدامة.

الخطوة الأولى

فهم استراتيжи عميق للسوق
الم المحلي وتوجهات المملكة



فهم استراتيجي عميق للسوق
الم المحلي وتوجهات المملكة:
**التفرد بالمعرفة
المحلية**



منهجيات قوية
ومدعومة علمياً:

**أدوات لصناعة
النجاح**



حلول عملية
قابلة للتطبيق:

**ترجمة التحديات
إلى فرص نجاح**

الخطوة الثالثة
**حلول عملية
قابلة للتطبيق**

الخطوة الثانية
**منهجيات قوية
ومدعومة علمياً**





فهم استراتيجي عميق
للسوق المحلي وتوجهات المملكة:

التفرد بالمعرفة المحلية

- نستند إلى معرفة دقيقة بالسوق المحلي والتوجهات الوطنية لرؤية المملكة 2030، مما يمنحك ميزة فهم البيئة السعودية بشكل شامل.

- نضمن أن تكون استراتيجياتنا متوافقة مع أولويات التنمية الوطنية، مما يعزز فرص تحقيق الأثر الإيجابي المستدام.



منهجيات
قوية ومدعومة علمياً:

أدوات لصناعة النجاح



حلول
عملية قابلة للتطبيق:

ترجمة التحديات إلى فرص نجاح

- نعتمد على تحليل دقيق للواقع الحالي وتحديد التغيرات لتحويلها إلى فرص قابلة للتنفيذ.
- نركز على تصميم حلول عملية تتماشى مع موارد العميل وإمكاناته، مما يضمن قابلية التنفيذ على أرض الواقع.



الفصل الثاني خدماتنا

خدماتنا |

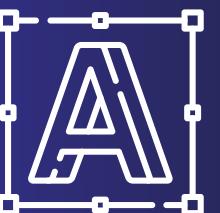
استشارات التواصل والتسويق

الاستراتيجيات التسويقية



تطوير استراتيجية وخطة التواصل الدولي

تصميم استراتيحيات شاملة لتعزيز حضور المؤسسة، وبناء علاقات فعالة مع الجمهور والشركاء، مع ضمان إيصال الرسائل بشكل مؤثر عبر القنوات المناسبة.



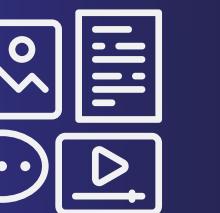
تطوير استراتيجية العلامة التجارية

إعادة صياغة هوية العلامة التجارية لتكون انعكاساً قوياً لرؤية المؤسسة وقيمها، مع ترسيخ مكانتها في أذهان الجمهور وتعزيز تنافسيتها.



تطوير استراتيجية الظهور الإعلامي

تصميم استراتيحيات إعلامية تُبرز صوت المؤسسة ورسائلها بشكل مؤثر، ويحسن تحسين السمعة وبناء الثقة لدى الجمهور المستهدف.



تطوير النموذج التشغيلي لإدارات التسويق والتواصل الداخلي

إعادة هيكلة إدارات التسويق والتواصل لعمل بكافأة أعلى، مع تحسين التكامل بين المهام وتبسيط العمليات لتحقيق أقصى تأثير.



تطوير استراتيجية وخطط الإطلاق

إنشاء استراتيجيات إطلاق مركزة تضمن دخولاً ناجحاً للسوق، مع رسائل دقيقة وحملات ترويجية تُحدث تأثيراً فورياً ومستداماً.



أبحاث السوق ودراسة المستخدم

تقديم رؤى عميقة حول السوق وسلوكيات المستخدمين، لدعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية واكتشاف فرص جديدة للنمو.



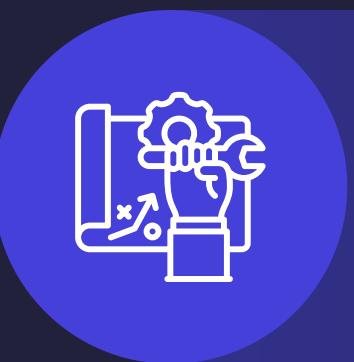
تطوير استراتيجية وخطة التواصل الخارجي



- بناء صورة إيجابية ومؤثرة للمؤسسة في أذهان الجمهور.
- رفع مستوى الوعي حول أنشطة المؤسسة ومبادراتها.
- إيصال الرسائل إلى جمهور أوسع بطريقة مدرورة وفعالة.
- تحسين العلاقة مع وسائل الإعلام والجمهور المستهدف.

الأثر المتوقع

نقدم استراتيجية شاملة وخطة تواصل خارجي مصممة خصيصاً لتعزيز حضوركم، وإيصال رسائلكم بفعالية، وبناء روابط قوية ومستدامة مع جمهوركم المستهدف.



المرحلة الثالثة



المرحلة الثانية



المرحلة الأولى



إعداد خطة التواصل التنفيذية

ترجمة الاستراتيجية الاتصالية إلى خطوات تنفيذية عملية ومحدة تعمل على تحسين فعالية التواصل ورفع مستوى الوعي العام حول مبادرات الجهة محلياً ودولياً.

تطوير الاستراتيجية الاتصالية

وضع إطار استراتيжи متكملاً يعزز الهوية المؤسسية للجهة ويضمن توحيد الرسائل الاتصالية مع مختلف الفئات المستهدفة، لتحقيق تواصل مستدام يعكس تأثير وأهمية للجهة.

تحليل الراهن والمقارنة المعيارية

تحديد نقاط القوة والفجوات في الوضع الحالي للجهة. من خلال المقارنة مع أفضل الممارسات، بعده توجيه مسار التطوير الاتصالي بما يعزز من حضور الجهة محلياً ودولياً.

خطوات التنفيذ

المنهجية المستخدمة

ولتطوير الاستراتيجية وخططة التواصل التنفيذية؛ يعتمد الفريق على منهجية شاملة تتكون من أربع أسئلة محورية تغطي جميع جوانب التواصل والتسويق للجهة

كيف سنوصل رسائلنا؟

العمل على حصر كافة قنوات التواصل اللازم، بالإضافة لتحديد آليات الاستهداف والأنشطة الضرورية اللازمة للوصول للفئات المستهدفة بالشكل الأمثل.



ماذا سنقول؟

بناء الرسائل الاتصالية الرئيسية والتكتيكية الخاصة بكل فئة من الفئات المستهدفة.



من نستهدف؟

تحديد كافة الفئات المستهدفة وأصحاب المصلحة الرئيسيين وتصنيفهم حسب مدى الاستهداف.

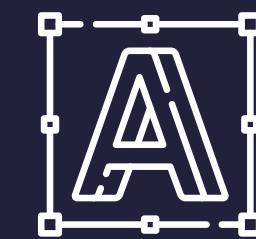


لماذا نتواصل؟

بناء الأهداف الاستراتيجية وربطها مع كافة الأهداف الاستراتيجية العامة للمنظمة والتحديات والفرص التي تسعى هذه الأهداف لتحقيقها.



تطوير استراتيجية العلامة التجارية



الأثر المتوقع

- بناء صورة قوية ومتسقة تظل عالقة في ذهان الجمهور.
- ترسیخ المصداقية وتعزيز العلاقات طويلة الأمد مع العملاء والشركاء.
- تميز المؤسسة عن منافسيها في السوق.
- تحقيق انسجام بين هوية العلامة التجارية واستراتيجيات المؤسسة ورسائلها الموجهة للجمهور.

نقدم خدمة متكاملة لتطوير استراتيجية العلامة التجارية لتعكس هوية المؤسسة، وقيمها، ورؤيتها، مع التركيز على بناء حضور مميز يعزز التفاعل مع الجمهور ويحقق التفرد في السوق.



المرحلة الثالثة



المرحلة الثانية



المرحلة الأولى



بناء وتطوير استراتيجية العلامة

تطوير استراتيجية للعلامة التجارية بطريقة متكاملة تهدف إلى تعزيز الوعي بها، ورفع التفاعل الإيجابي مع فعالياتها، وتحديد تمويعها وجوهرها، وقيمها، وشخصيتها، للخروج بتصور متكامل يرفع الثقة بين المؤسسة والجمهور المستهدف.

المقارنة المعيارية

فهم أبرز الممارسات المتبعة الحديثة في العلامات التجارية وتوضعها من قبل جماعات مشابهة لأعمال الجهة، سواء كانت محلية أو إقليمية أو دولية، وتحديد الفجوات الحالية بين تلك الممارسات وما تقوم به الجهة.

تحليل الوضع الراهن

تحديد وتحليل أبرز التحديات التي تواجه العلامة ووضعها الراهن، وطريقة تواصلاها وتموضعها الحالية مع العملاء وكافة أصحاب المصلحة؛ من خلال استخدام الأدوات التحليلية.

خطوات التنفيذ



المنهجية المستخدمة

لتطوير استراتيجية العلامة التجارية، يعتمد الفريق على منهجية شاملة تتألف من مراحل محورية، تغطي جميع عناصر هرم العلامة التجارية لضمان بناء هوية قوية.

جوهر العلامة

شخصية العلامة

تشمل السمات والخصائص التي تُعطي العلامة التجارية طابعاً إنسانياً وتجعلها مميزة في السوق، كما تُستخدم تُستخدم هذه الشخصية للتفاعل مع الجمهور بطرق تشعرهم بالارتباط والانسجام.

المنافع

توضح المنافع الملمسة وغير الملمسة التي يحصل عليها الجمهور من العلامة التجارية، وتشمل الجوانب الوظيفية (مثل جودة المنتج) والعاطفية (مثل الشعور بالثقة والانتماء).

الهوية البصرية

تشمل العناصر المرئية التي تمثل العلامة التجارية، مثل الشعار، والألوان، والخطوط، والتصاميم؛ إن الهوية البصرية هي ما يميز العلامة تجاريًا و يجعلها قابلة للتعرف بسهولة في السوق.



هو العنصر الأساسي الذي يمثل جوهر العلامة التجارية وما تمثله في ذهان الجمهور، ويتمثل في فكرة أو مفهوم بسيط يعبر عن القيم والمشاعر التي ترتبط بالعلامة التجارية بشكل مباشر.

الوعد

هو الالتزام الذي تقدمه العلامة التجارية لجمهورها، ويعبر عن القيمة المضافة أو الفائدة الفريدة التي يمكن للجمهور توقعها من المنتجات أو الخدمات التي تقدمها العلامة.

القيم

تمثل المبادئ التي تستند إليها العلامة التجارية والتي تعكس أهدافها وأولوياتها الأخلاقية، وتساعد القيم في بناء الثقة وتعزيز الولاء بين الجمهور.



تطوير استراتيجيات الظهور الإعلامي



- بناء صورة إيجابية ومؤثرة للمؤسسة في أذهان الجمّهور.
- رفع مستوى الوعي حول أنشطة المؤسسة ومبادراتها.
- إيصال الرسائل إلى جمّهور أوسع بطريقة مدرّوسة وفعّالة.
- تحسين العلاقة مع وسائل الإعلام والجمّهور المستهدف.

الأثر المتوقع

نصمم استراتيجيات شاملة لتحسين حضور المؤسسة في وسائل الإعلام، لعكس رسائلها الرئيسية، وتُبرز قيمها، مع تعزيز مصداقيتها وبناء سمعة قوية.



المرحلة الثالثة

التنفيذ والتقييم

تحقيق حضور إعلامي فعال ومستدام من خلال تنفيذ الأنشطة الإعلامية وقياس تأثيرها بشكل دوري، لضمان تحقيق أهداف المؤسسة وتعزيز مكانتها.



المرحلة الثانية

تصميم الاستراتيجية

بناء رؤية إعلامية شاملة تترجم أهداف المؤسسة ورسائلها إلى محتوى مؤثر يعزز الهوية المؤسسية ويحقق تفاعلاً قوياً مع الجمّهور.



المرحلة الأولى

تحليل الوضع الراهن

فهم عميق للحضور الإعلامي الحالي للمؤسسة، لتحديد نقاط القوة والفرص، ومعالجة التحديات، لضمان تأسيس استراتيجية إعلامية مبنية على أسس واقعية.



خطوات التنفيذ



المستهدفين

تحديد المستهدفين بشكل واضح مع دراسة درجات التقارب وتحديد قنوات التواصل والعلاقات العامة.



الخطة التشغيلية

تحديد التفاصيل لكل نطاقات العمل الجزئية والمسؤول عنها والخطة الزمنية لذلك.



نطاق العمل

نطاق عمل محدد للظهور الإعلامي ليشمل الاستراتيجيات والتكتيكات لذلك،



المنهجية المستخدمة

يتبع الفريق منهجية متكاملة تضم ستة عناصر أساسية، تضمن إدارة التعامل مع وسائل الإعلام باحترافية عالية وتعزيز تحقيق أهداف الجهة بفعالية.



تحديد قائمة الأهداف

وضع قائمة لأهداف الظهور الإعلامي وتصنيفها بشكل عام من كونها مالية أو استثمارية أو استقطاب وبناء ولاءات.



تحديد الأولويات

تحديد أولويات العمل؛ ل تكون مرتبطة بالتطور الزمني للمنتج الإعلامي سواء كان منتجًا أو خدمة أو شخصية.



تحديد المؤشرات

لابد لفريق العمل من تحديد المؤشرات القياسية لتحديد نطاق العمل، وتكون مرتبطة بالأهداف الاستراتيجية للمشروع.

تطوير النموذج التشغيلي لإدارات التسويق والتواصل



- تحقيق انسجام كامل بين الأنشطة التسويقية والتواصلية.
- رفع كفاءة العمليات وتقليل الهدر في الموارد.
- تعزيز المرونة لمواكبة التغيرات المستقبلية.
- ضمان تأثير استراتيجي مباشر على تحقيق أهداف المؤسسة.

الأثر المتوقع

نقدم خدمة تصميم وتطوير نموذج تشغيلي متكامل لإدارات التسويق والتواصل، يهدف إلى تحسين الكفاءة التشغيلية، وتوضيح الأدوار والمسؤوليات، وضمان انسجام العمليات مع أهداف المؤسسة الاستراتيجية.



المرحلة الثالثة



المرحلة الثانية



المرحلة الأولى



خطوات التنفيذ

تحليل الوضع الراهن

فهم شامل للهيكل التنظيمي الحالي والعمليات التشغيلية، تحديد نقاط القوة والثغرات التي تعيق تحقيق التكامل والكفاءة المطلوبة.

تصميم النموذج التشغيلي

بناء نموذج تشغيلي متكامل يعزز التعاون بين الإدارات، يحدد الأدوار والمسؤوليات بوضوح، ويضمن انسجام العمليات مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.

وضع خطة تنفيذية شاملة تحدد الأولويات والجدول الزمني، مع توفير الأدوات والتوجيهات اللازمة لضمان تطبيق النموذج الجديد بسلامة واستدامة.

المنهجية المستخدمة

ولتطوير النموذج التشغيلي يلتزم الفريق بالإجابة على الأسئلة الرئيسية المنوطة بكل من عناصر النموذج التشغيلي الأساسية حسب الموضح أدناه:

6

متابعة الأداء

ما هي المستهدفات التشغيلية للعمليات وأالية متابعتها حسب العيكل التنظيمي والحكومة المطورة؟

5

العمليات والإجراءات والسياسات

ما هي العمليات المطلوب تنفيذها لتقديم الخدمات المتوقعة؟

4

القدرات البشرية

ما هي القدرات البشرية المطلوبة لتفعيل العيكل التنظيمي على أكمل وجه؟

3

المعيكل التنظيمي

ما هي الميكلة المطلوبة في المنظومة لتحقيق مستهدفات الإدارة؟

2

الخدمات

ما هي الخدمات المطلوبة من الإدارة لتقديمها لأصحاب المصلحة؟

1

أصحاب المصلحة

من هم أصحاب المصلحة المرتبطين بالأهداف؟ وما هي آلية التعامل معهم؟



تطوير استراتيجية وخططة التواصل الداخلي



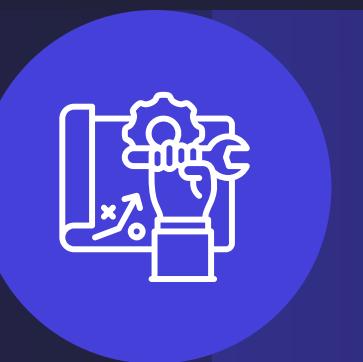
- تعزيز الشفافية وبناء ثقافة تواصل فعالة.
- كسر الحاجز التنظيمية وتحقيق التكامل بين الإدارات.
- زيادة انتماء الموظفين ورفع مستوى التفاعل.
- تحسين الأداء المؤسسي ودعم تحقيق الأهداف الاستراتيجية.

الأثر المتوقع

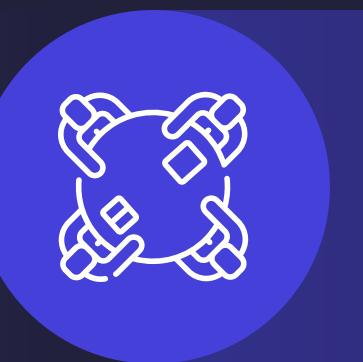
نقدم حلًّا متكاملًًا لتطوير استراتيجية وخططة للتواصل الداخلي تُحسن تدفق المعلومات، وتعزز الانتماء المؤسسي، وتكسر الحاجز التنظيمي (Silos) لتحقيق التكامل والانسجام بين الإدارات والفرق.



المرحلة الثالثة



المرحلة الثانية



المرحلة الأولى



خطوات التنفيذ

تحديد التغرات والتحديات التي تواجه التواصل الداخلي وفهم نقاط القوة والضعف الحالية، لضمان تصميم استراتيجية مبنية على بيانات دقيقة تلبي احتياجات المؤسسة.

تحليل الوضع الراهن

تصميم الاستراتيجية

وضع رؤية شاملة للتواصل الداخلي تُعزز الانسجام بين الإدارات والموظفيين، مع صياغة رسائل واضحة تترجم أهداف المؤسسة إلى واقع ملموس.

إعداد خطة التنفيذ

تطوير خطة متكاملة تربط الاستراتيجية بالأفعال، مع تحديد خطوات عملية تضمن تحقيق التكامل بين الفرق وتحقيق الأهداف بكفاءة.

المنهجية المستخدمة

لتطوير الاستراتيجية وخططة التواصل التنفيذية، يعتمد الفريق على منهجية شاملة تتالف من أربع مراحل محورية، تغطي جميع جوانب التواصل بما يضمن تحقيق أهداف الجهة بفعالية وكفاءة.



خطة العمل للتواصل

- وضع خطة الأنشطة:** تحديد الأنشطة الأساسية التي تدعم تحقيق أهداف الاستراتيجية.
- توقيت التنفيذ:** تحديد الجدول الزمني للتنفيذ لضمان وصول الرسائل في الوقت المناسب.
- تحديد المسؤوليات:** تخصيص الأدوار والمسؤوليات الرئيسية لضمان التنفيذ السلس.
- تقييم النجاح:** قياس فعالية الخطة باستخدام مؤشرات أداء محددة لضمان تحقيق الأهداف.



النugj للجمهور المستهدف

- صياغة الرسائل الرئيسية:** تحديد البيانات والمعلومات الأساسية التي يجب مشاركتها مع الجمهور الداخلي.
- تطوير استراتيجية الوصول:** تصميم استراتيجيات فعالة للوصول إلى الجمهور الداخلي باستخدام أفضل القنوات المناسبة.



الجمهور والعلاقات

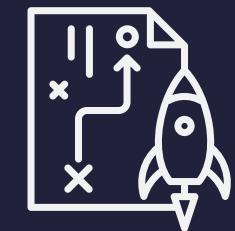
- تحليل الجمهور المستهدف:** فهم احتياجات وسلوكيات الجمهور الداخلي لتحديد أفضل طرق للتواصل.
- تطوير المعرفة والمعارف:** تحديد المعرفة والسلوكيات المطلوبة لتعزيز كفاءة الجمهور المستهدف في التواصل.



السياق

- تحليل الوضع الحالي:** تقييم الحالة الراهنة للتواصل الداخلي وتحديد الجوانب التي تحتاج إلى تحسين.
- تحديد الأهداف:** تحديد أهداف المشروع أو البرنامج وربطها بالاحتياجات المؤسسية العامة.

تطوير استراتيجيات وخطط الإطلاق



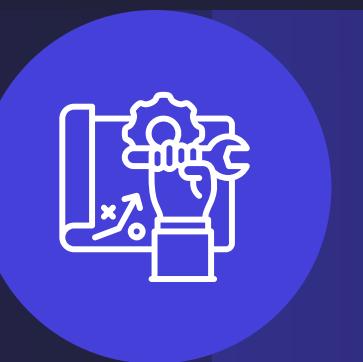
- ضمان وصول المنتج أو الخدمة إلى الجماعات المستهدفة بطرق ترك انطباعاً قوياً.
- تعزيز الوعي والطلب من الأيام الأولى للإطلاق.
- تعظيم العائد على الاستثمار من خلال استراتيجيات ترويجية موجعة.
- خلق تجربة إطلاق تُشرك العملاء وتبني الثقة.

الأثر المتوقع

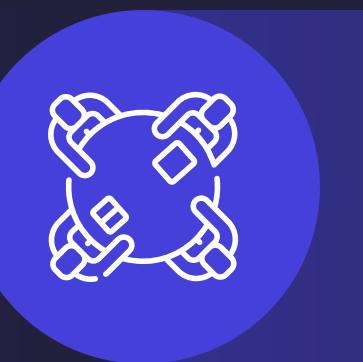
نقدم خدمة متكاملة لتصميم وتنفيذ استراتيجيات إطلاق فعالة للمنتجات أو الخدمات الجديدة، تضمن دخولاً قوياً إلى السوق، وتعزز التأثير الفوري على الجماعات المستهدفة.



المرحلة الثالثة



المرحلة الثانية



المرحلة الأولى



خطوات التنفيذ

تنفيذ الحملة الإعلامية ومتابعة الأداء

ضمان تواصل فعال مع الجماعات المستهدفة وتحقيق أهداف الإطلاق من خلال تقييم النتائج وإجراء التحسينات عند الحاجة.

تصميم الاستراتيجية وخططة التنفيذ

بناء استراتيجية إطلاق شاملة تُبرز القيمة الفريدة للمنتج أو الخدمة، مع اختيار القنوات والأساليب المثلثي للوصول للجماعات المستهدفة.

تحليل السوق والجماعات المستهدفة

ضمان فهم كامل للسوق واحتياجات الجماعات المستهدفة، خطوة إطلاق تستجيب لهذه الاحتياجات بشكل مباشر.

المنهجية المستخدمة

يقوم الفريق باستخدام عدة أدوات تحليلية للاستناد إلى معايير علمية وعملية تحقق نتائج دقيقة وفعالة

تحديد الجمهور المستهدف

تحديد دقيق للفئات المستهدفة بناءً على احتياجاتهم وسلوكياتهم، لضمان فعالية الرسائل التسويقية والقنوات المستخدمة.



تحديد الأهداف ومؤشرات الأداء

وضع أهداف الإطلاق ومؤشرات الأداء لقياس النجاح، مما يضمن وضوح النتائج المطلوبة وقياسها بدقة.



استراتيجية دخول السوق

تنفيذ خطة الإطلاق من خلال القنوات المناسبة والجدول الزمني المحدد لضمان تحقيق تأثير قوي عند دخول السوق.



أبحاث السوق والتحليل

فهم شامل للسوق المستهدف من خلال تحليل الاتجاهات، والمنافسين، وسلوكيات الجمهور، لتأسيس قاعدة بيانات تدعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية.



تحديد الموقع والرسائل

وضع استراتيجية واضحة لمكانة المنتج في السوق وصياغة رسائل مؤثرة تُبرز القيمة المضافة وتدعم أهداف الإطلاق.



التنسيق بين الأقسام

ضمان تكامل الجهود بين الأقسام المختلفة لتطبيق خطة الإطلاق بكفاءة وتناسق.



تقييم ما بعد الإطلاق

تحليل الأداء بعد الإطلاق لاستخلاص الدروس المستفادة وإجراء تحسينات مستمرة.



أبحاث السوق ودراسة المستخدم



- دعم اتخاذ قرارات استراتيجية تُحدث تحولاً ملحوظاً في الأداء المؤسسي.
- تمكين المؤسسة من اكتشاف فرص غير مستغلة تعزز النمو والابتكار.
- تحسين فهم العملاء لبناء تجارب مميزة تُعزز الولاء والانتماء.
- تعزيز موقع المؤسسة في السوق من خلال ميزة تنافسية مستدامة.

الأثر المتوقع

نقدم أبحاثاً دقيقة وشاملة تُمكن المؤسسات من فهم عميق لاحتياجات السوق وسلوكيات المستخدمين، ونركز على تقديم رؤى قابلة للتنفيذ تُساعد على اتخاذ قرارات استراتيجية فعالة وتعزز من تنافسية المؤسسة.



المرحلة الثالثة

تسليم النتائج

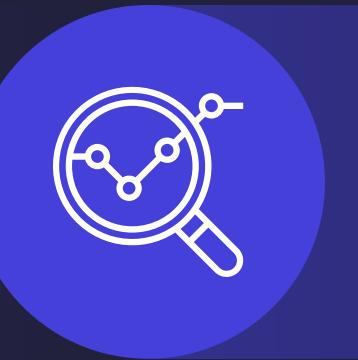
تقديم النتائج بطريقة مبسطة وعملية مدعومة بمواد داعمة شاملة، مع الالتزام الكامل بالمعايير الأخلاقية والسرية، لضمان استفادة العميل القصوى من الدراسة.



المرحلة الثانية

التنفيذ

جمع بيانات دقيقة وشاملة باستخدام أساليب بحثية متعددة، لضمان تحليل عميق يعكس الواقع ويعزز اتخاذ القرارات الاستراتيجية.



المرحلة الأولى

الاجتماع مع العميل

فهم احتياجات العميل بوضوح وتحديد نطاق البحث بدقة، مما يضمن تصميم دراسة موجهة تلبي الأهداف المرجوة.



خطوات التنفيذ

المنهجية المستخدمة

يقوم الفريق باستخدام عدة أدوات تحليل للاستناد إلى معايير علمية وعملية تحقق نتائج دقيقة وفعالة



الاستبيانات

أداة لجمع البيانات الكمية من عينة كبيرة أو محددة، حيث تُستخدم لتحديد الآراء، والسلوكيات، والاحتياجات. يتم تصميمها بأسلوب يضمن الحصول على إجابات دقيقة تعكس توقعات وفضائل الجمهور المستهدف.



المقارنات المعيارية

تحليل الأداء من خلال مقارنة المؤسسة بالمنافسين أو بأفضل الممارسات في السوق. تساعد هذه الأداة في تحديد الفجوات والفرص، وصياغة استراتيجيات لتحسين الأداء وتعزيز التميز التنافسي.



مجموعات التركيز

جلسات مناقشة تفاعلية تُعقد مع مجموعة من الأفراد يمثلون الجمهور المستهدف. تهدف إلى استكشاف الأفكار، والآراء، والانطباعات بشكل أعمق حول منتجات أو خدمات المؤسسة، مما يساهم في صياغة استراتيجيات تتناسب مع احتياجاتهم.



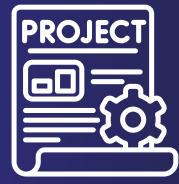
المقابلات

لقاءات مباشرة مع خبراء أو أفراد يمثلون الجمهور المستهدف، وتُستخدم للحصول على رؤى نوعية و شاملة. تساعد في فهم التحديات والفرص بعمق، وتوفير تفاصيل دقيقة تدعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية.



خدماتنا |

خدمات الاستشارات الإدارية



إدارة وتنفيذ المشاريع والمبادرات

نقدم خدمات شاملة لإدارة المشاريع والمبادرات بدءاً من التخطيط وحتى التنفيذ، مع التركيز على تحقيق الأهداف ضمن الجداول الزمنية والميزانيات المحددة.



صياغة أطر الحكومة

نضع أطر حوكمة متقدمة تُعزز الشفافية والمسؤولية، وتتضمن انسبابية العمليات الإدارية، بما يدعم اتخاذ قرارات مؤسسية دقيقة ومستدامة.



تطوير وتصميم النماذج التشغيلية

نُصمم نماذج تشغيلية متكاملة تعزز الكفاءة الداخلية للمؤسسة، وتتضمن وضوح الأدوار والعمليات بما يتماشى مع الأهداف الاستراتيجية.



إدارة وتنفيذ الاستراتيجية

ندعم المؤسسات في تحويل استراتيجياتها إلى واقع ملموس من خلال إدارة التنفيذ بفعالية، وتحديد الأولويات، ومتابعة الأداء لضمان تحقيق النتائج المرجوة بكفاءة عالية.



تطوير وتصميم الاستراتيجية

نساعد المؤسسات في صياغة استراتيجيات فعالة ترتكز على فهم عميق للوضع الحالي وتطورات المستقبل. ونعمل على وضع خارطة طريق شاملة تضمن تحقيق الأهداف المؤسسية بأسلوب عملي ومستدام.



خطوات التنفيذ
يُنفذ المشروع عبر ثلاثة مراحل رئيسية، حيث تمتلك كل مرحلة هدفاً محدداً، وتتكامل هذه الأهداف لتحقيق العدف العام للمشروع

بناء فهم عميق وشامل لوضع المؤسسة الحالي لتحديد نقاط القوة والضعف، واستكشاف الفرص والتحديات التي تؤثر على تحقيق رؤيتها.

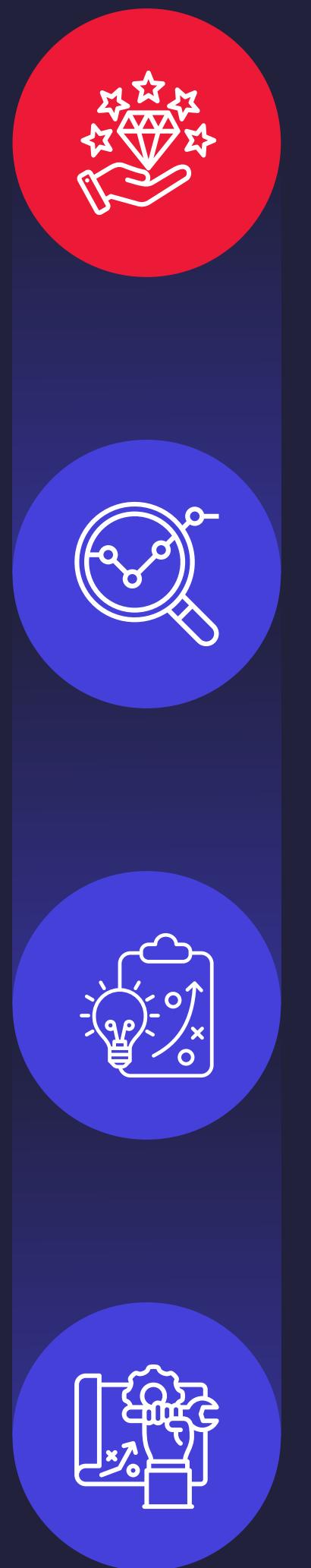
صياغة استراتيجية طموحة ومتکاملة تترجم رؤية المؤسسة إلى أهداف ومبادرات واضحة تدعم تحقيق النجاح المستدام.

تحويل الاستراتيجية إلى خطوات عملية مدروسة، تضمن التنفيذ الفعال من خلال توزيع المهام وتحديد مؤشرات الأداء لضمان النتائج.

المرحلة الأولى
تحليل الوضع الراهن

المرحلة الثانية
تصميم الاستراتيجية

المرحلة الثالثة
إعداد خارطة الطريق



تطوير وتصميم الاستراتيجية

نُقدم خدمة شاملة لتحليل الوضع الراهن وصياغة استراتيجيات مبتكرة تتماشى مع الأهداف المؤسسية طويلة الأمد، ونضع خارطة طريق عملية تضمن تحقيق التميز والاستدامة.

الأثر المتوقع

- توجيه المؤسسة نحو رؤية واضحة وقابلة للتنفيذ.
- تعزيز المرونة للاستجابة للتغيرات بفعالية.
- تحقيق توافق داخلي لتسريع الإنجاز.
- تعظيم استثمار الموارد لتحقيق نتائج مستدامة.

المنهجية المستخدمة

توجد العديد من المنهجيات المعتمدة لتطوير الاستراتيجيات المؤسسية، ومن أبرزها "البيت الاستراتيجي"، حيث يقوم الفريق بالإجابة على مجموعة من الأسئلة المحورية التي تسهم في تحديد التوجه العام للمؤسسة

الخيارات الاستراتيجية | الأهداف

- في أي مجال نرغب في التنافس؟ وما الذي يتغير في علينا تحقيقه للنجاح في هذا التنافس؟
- تكوين مجموعة من الخيارات بشأن ما يجب فعله وما لا يجب فعله، والتي ترشدك إلى اتخاذ القرارات.

الممكناة | النظام التقني

- ما الذي تحتاج أن يكون موجوداً لكي نمضي في مبادراتنا الاستراتيجية؟
- تكوين إجراءات أو قدرات داعمة تشكل متطلبات مسبقة لتحقيق المبادرات.



الغاية والرسالة | الطموح

- الغاية: ما هو سبب وجودنا؟
- الرؤية: أين نريد أن نكون بعد 2 - 3 - 5 - 10 سنوات؟

المبادرات الاستراتيجية

- كيف يمكننا تحقيق النجاح في هذه المنافسة؟
- تكوين مبادرات وإجراءات محددة تهدف إلى تحقيق الرؤية والأهداف ضمن الخيارات الاستراتيجية.
- بناءها لتكون مرتبطة بأهداف ومؤشرات أداء رئيسية محددة وقابلة للقياس.



خطوات التنفيذ
يُنفذ المشروع عبر ثلاثة مراحل رئيسية، حيث تمتلك كل مرحلة هدفاً محدداً، وتتكامل هذه الأهداف لتحقيق العدف العام للمشروع

تحويل الرؤية الاستراتيجية إلى خطة عمل واضحة تضمن توجيه الجهود والموارد نحو تحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية.

ضمان تنفيذ الاستراتيجية بدقة ومرنة، مع متابعة مستمرة لتحقيق النتائج المتوقعة وتجاوز التحديات.

تعزيز جودة التنفيذ من خلال تقييم الأداء، واستخلاص الدروس المستفادة، وضمان استدامة النجاح عبر تحسين العمليات المستقبلية.

المرحلة الأولى إعداد خطة التنفيذ



المرحلة الثانية الإشراف والتسيير



المرحلة الثالثة التقييم والتحسين



ادارة وتنفيذ الاستراتيجية

نقدم خدمة متكاملة لتحويل الاستراتيجية المؤسسية إلى واقع ملموس، من خلال إدارة التنفيذ، وتوزيع المهام، ومتابعة الأداء لضمان تحقيق الأهداف المحددة بكفاءة.

الأثر المتوقع

- ترجمة الأهداف الاستراتيجية إلى نتائج ملموسة.
- ضمان تنفيذ الاستراتيجية بكفاءة ومرنة لتلبية التطلعات.
- تعزيز التكامل بين جميع وحدات العمل لتحقيق أهداف مشتركة.
- تمكين المؤسسة من تحسين أدائها واستدامة نجاحها.

المنهجية المستخدمة

توجد العديد من المنهجيات المعتمدة لإدارة وتنفيذ الاستراتيجية المؤسسية، ومن خلال الشكل المرفق تتضح الآلية المتبعة، وخارطة الطريق المعمول بها.



خطوات التنفيذ
يُنفذ المشروع عبر ثلاثة مراحل رئيسية، حيث تمتلك كل مرحلة هدفاً محدداً، وتتكامل هذه الأهداف لتحقيق العدف العام للمشروع

فهي شامل للهيكل التنظيمي الحالي والعمليات التشغيلية، لتحديد نقاط القوة والثغرات التي تعيق تحقيق التكامل والكفاءة المطلوبة.

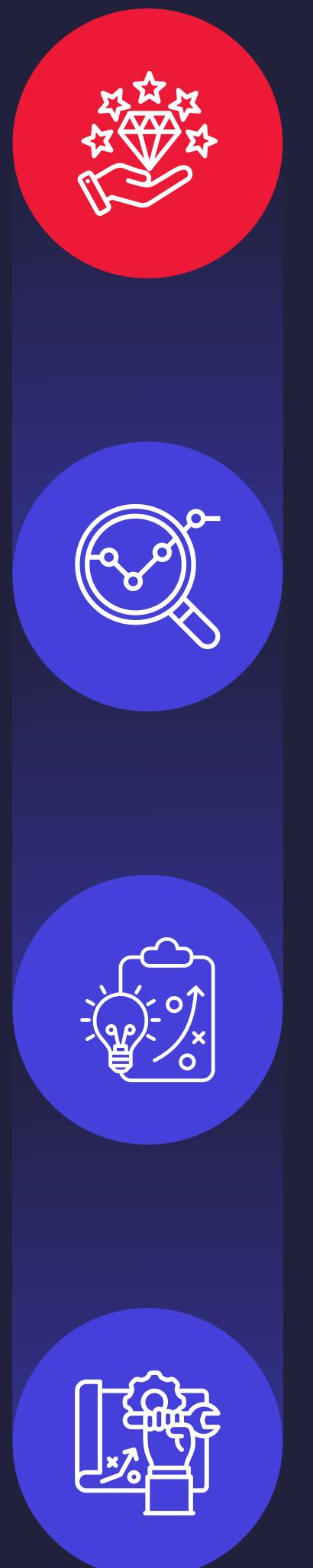
بناء نموذج تشغيلي متكامل يعزز التعاون بين الإدارات، ويحدد الأدوار والمسؤوليات بوضوح، ويضمن انسجام العمليات مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.

وضع خطة تنفيذية شاملة تُحدد الأولويات والجدول الزمني، مع توفير الأدوات والتوجيهات الازمة لضمان تطبيق النموذج الجديد بسلامة واستدامة.

المرحلة الأولى
تحليل الوضع الراهن

المرحلة الثانية
تصميم النموذج التشغيلي

المرحلة الثالثة
تطوير خارطة الطريق للتنفيذ



تطوير وتصميم النماذج التشغيلية

نقدم خدمة متخصصة في تصميم نماذج تشغيلية متكاملة تهدف إلى تحسين الكفاءة التنظيمية، وضمان وضوح الأدوار والمسؤوليات، وتوحيد العمليات لتحقيق أهداف المؤسسة بشكل فعال ومستدام.



الأثر المتوقع

- ضمان انسجام العمليات مع الأهداف الاستراتيجية للجهة.
- تحقيق بيئة عمل متكاملة تدعم الابتكار والاستدامة.
- تحسين كفاءة العمليات الداخلية وتقليل الهدر.
- تعزيز وضوح الأدوار والمسؤوليات بين فرق العمل.





القدرات البشرية

ما هي القدرات البشرية المطلوبة لتفعيل
الهيكل التنظيمي على أكمل وجه؟



العمليات والإجراءات والسياسات

ما هي العمليات المطلوب تنفيذها
لتقديم الخدمات المتوقعة؟



متابعة الأداء

ما هي المستهدفات التشغيلية
للعمليات وأالية متابعتها حسب
الهيكل التنظيمي والحكومة
المطورة؟



المنهجية المستخدمة

ولتطوير النموذج التشغيلي يتلزم
الفريق بالإجابة على الأسئلة
الرئيسية المنوطة بكل من عناصر
النموذج التشغيلي الأساسية



أصحاب المصلحة

من هم أصحاب المصلحة المرتبطين
بالأهداف؟ وما هي آلية التعامل
معهم؟



الخدمات

ما هي الخدمات المطلوب من
الإدارة تقديمها لأصحاب المصلحة؟



الهيكل التنظيمي

ما هي العيكلة المطلوبة في المنظومة
لتحقيق مستهدفات الجهة؟

خطوات التنفيذ
يُنفذ المشروع عبر ثلاثة مراحل رئيسية، حيث تمتلك كل مرحلة هدفاً محدداً، وتتكامل هذه الأهداف لتحقيق الهدف العام للمشروع

بناء فهم عميق وشامل للوضع التنظيمي الحالي لتحديد نقاط القوة والضعف واستكشاف الفرص لتحسين الحكومة.

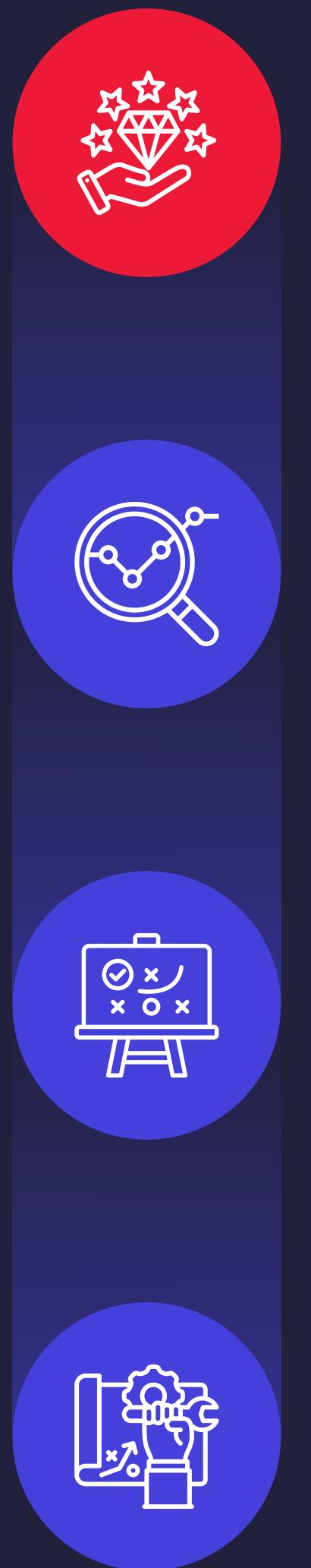
صياغة أطر حوكمة مبتكرة وفعالة تضمن الشفافية، وتحدد الأدوار والمسؤوليات بوضوح، وتعزز الثقة المؤسسية.

تحقيق تفعيل مستدام لأطر الحكومة يضمن الامتثال والتنظيم الفعال، مع تحسين الأداء المؤسسي بشكل مستمر.

المرحلة الأولى
تحليل الوضع الحالي

المرحلة الثانية
تصميم أطر الحكومة

المرحلة الثالثة
تطبيق وتقدير أطر الحكومة



صياغة أطر الحكومة

نقدم خدمة متخصصة في تصميم وتطوير أطر الحكومة التي تضمن الشفافية والمساءلة، وتعزز فعالية اتخاذ القرارات، وتحقق التوازن بين الأداء المؤسسي والامتثال التنظيمي.

الأثر المتوقع

- تعزيز الشفافية والمساءلة داخل المؤسسة.
- تمكين اتخاذ قرارات مبنية على أسس واضحة ومنظمة.
- تحسين التنسيق بين الإدارات لضمان التوافق مع الأهداف.
- بناء نظام حوكمة مستدام يعزز الثقة والالتزام التنظيمي.



المنهجية المستخدمة

نمتلك إلماماً شاملاً بأهم أطر الحكومة العالمية، مما يعزز قدرتنا على تطبيق أفضل الممارسات الدولية بما يتماشى مع احتياجات مؤسستكم وتحقيق أهدافها.

أهم أطر الحكومة العالمية:

5

**الاتحاد الدولي للمحاسبين
(IFAC)**

الذي يهدف إلى المساعدة في تحسين وتشجيع الحكومة الفعالة للقطاع العام.

4

**معايير الحكومة
للخدمة العامة**

التي تهدف إلى التركيز على طرق الدعم لوظائف الحكومة المختلفة؛ للوصول إلى (الحكومة الديناميكية).

3

**تقرير كينج عن
حوكمة الشركات**

الذي يهدف إلى تحقيق أداء اقتصادي واجتماعي وبيئي مستدام.

2

**قانون ساربينز أوكسيلي
(SOX)**

الذي يهدف لتحديد مجموعة من العمليات والسياسات والإجراءات والضوابط الداخلية للمساهمة في توجيه أداء المنشأة، وتعظيم قيمتها.

1

**مبادئ منظمة التعاون
الاقتصادي والتنمية (OECD)**

التي تهدف إلى تطوير أطر قانونية وتنظيمية لحكومة الشركات مع التركيز على تعزيز شفافية وفعالية المنشآت واتساقها مع سيادة القانون.



خطوات التنفيذ
يُنفذ المشروع عبر ثلاثة مراحل رئيسية، حيث تمتلك كل مرحلة هدفاً محدداً، وتتكامل هذه الأهداف لتحقيق العدف العام للمشروع

بناء خارطة طريق واضحة وشاملة تضمن توجيه المشروع نحو تحقيق أهدافه بفعالية ووفقاً لأولويات المؤسسة.

تحقيق التنفيذ الدقيق للأنشطة المخطط لها مع ضمان الجودة والكفاءة في جميع مراحل العمل.

تعزيز قيمة المشروع من خلال قياس الأداء، واستخلاص الدروس المستفادة، وتسليم النتائج النهائية التي تدعم أهداف المؤسسة المستقبلية.

المرحلة الأولى
التخطيط التفصيلي

المرحلة الثانية
التنفيذ والإشراف

المرحلة الثالثة
التقييم والتسلیم



ادارة وتنفيذ المشاريع والمبادرات

نوفر خدمات متكاملة لإدارة وتنفيذ المشاريع والمبادرات، تشمل التخطيط، والإشراف، والتقييم لضمان تحقيق الأهداف بفعالية وكفاءة، مع التركيز على الجودة والالتزام بالجدول الزمني والميزانية.

الأثر المتوقع

- تحقيق نتائج ملموسة تدعم الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.
- تسليم المشاريع وفقاً للخطط المحددة بفعالية وكفاءة.
- تحسين استخدام الموارد وضمان التكامل بين الفرق العاملة.
- تعزيز الثقة والشفافية مع أصحاب المصلحة.



المنهجية المستخدمة

منهجيتنا تستند إلى أفضل الممارسات العالمية في إدارة المشاريع (PMI) لضمان تحقيق أهداف المشاريع بكفاءة وجودة عالية، مع التركيز على التوافق مع الأهداف الاستراتيجية للجهة.

المراقبة والتحكم

متابعة تقدم المشروع وضمان توافق الأداء مع الخطط الموضوعة مع إجراء تعديلات عند الحاجة.

التنفيذ

ضمان تنفيذ الأنشطة والمهام بكفاءة لتحقيق الأهداف المحددة في الخطة.

البدء

تحديد نطاق المشروع وأهدافه الرئيسية بوضوح، مع ضمان توافقه مع الرؤية الاستراتيجية للجهة.

الإغلاق

تسليم المشروع بشكل نهائي وفقاً للمعايير المتفق عليها، مع توثيق الدروس المستفادة لضمان التحسين المستمر.

الخطيط

وضع خطة متكاملة تحدد الموارد، والأدوار، والجدار، والجداول الزمنية لتحقيق أهداف المشروع بنجاح.

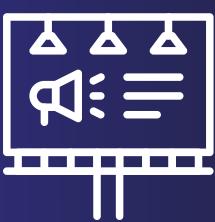


الخدمات التغذية للتواصل والتسويق

خدماتنا |



الخدمات التسويقية المتقدمة



تطوير وإطلاق الحملات التسويقية

تصميم وتنفيذ حملات إبداعية تهدف إلى إيصال رسائل محددة للجمهور المستهدف عبر قنوات متعددة. نركز على تحقيق التفاعل والوعي بالعلامة التجارية، مع ضمان أن تكون الحملات متوافقة مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.



إدارة منصات التواصل الاجتماعي

إدارة شاملة لحضور المؤسسة على منصات التواصل الاجتماعي، بما يشمل إنشاء المحتوى، وجدولة المنشورات، ومتابعة التفاعل مع الجمهور، وتحليل الأداء. العدف هو بناء تواصل مستدام يعزز هوية المؤسسة ويرفع من ولاء العملاء.



إدارة الترويج المدفوع

تخطيط وتنظيم الفعاليات بشكل متكامل، بدءاً من الفكرة وحتى التنفيذ. يهدف خلق تجربة فريدة تعكس هوية المؤسسة وتحقيق تفاعلاً قوياً مع الحضور.



تنظيم الفعاليات

اختيار وإدارة الشراكات مع المؤثرين الذين يتماشى حضورهم مع هوية وأهداف العلامة التجارية. العدف هو زيادة الوعي والمصداقية من خلال التواصل مع جمهور المؤثرين.



إدارة المؤثرين

اختيار وإدارة الشراكات مع المؤثرين الذين يتماشى حضورهم مع هوية وأهداف العلامة التجارية. العدف هو زيادة الوعي والمصداقية من خلال التواصل مع جمهور المؤثرين.

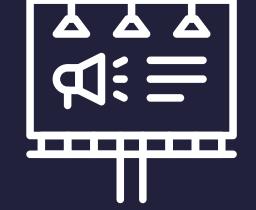




خطوات وآلية التنفيذ



تطوير وإطلاق الحملات التواصلية



ما الذي نقدمه؟

نقدم خدمة تصميم وتنفيذ حملات تواصلية مبتكرة وفعالة تهدف إلى إيصال رسائل مؤثرة للجمهور المستهدف، باستخدام قنوات متنوعة واستراتيجيات محددة لتحقيق أهداف واضحة.



ما هو الأثر المتوقع؟

- رفع مستوى الوعي بالعلامة التجارية أو المبادرة.
- تعزيز التفاعل مع الجمهور المستهدف.
- تحقيق أهداف محددة مثل زيادة المبيعات أو بناء صورة إيجابية.
- تحسين تواجد المؤسسة في السوق وبناء علاقات قوية.





إدارة منصات التواصل الاجتماعي



ما الذي نقدمه؟
نقدم حلولاً شاملة لإدارة منصات التواصل الاجتماعي، تشمل تطوير استراتيجيات تواصل مخصصة، وإنتاج محتوى مبتكر، وإدارة الحملات التفاعلية، والتفاعل المستمر مع الجمهور لتحسين الحضور الرقمي وتعزيز العلامة التجارية.



- ما هو الأثر المتوقع؟**
- تعزيز صورة العلامة التجارية وزيادة الثقة لدى الجمهور.
 - تحقيق تواصل فعال و مباشر مع الجمهور.
 - زيادة التفاعل والمشاركة على المنصات الاجتماعية.
 - تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي.

إنشاء المحتوى

تطوير محتوى عالي الجودة، وملائم، وجذاب يناسب المنصة والجمهور المستهدف.

المهام الرئيسية:

- تحديد المواضيع والأفكار التي تتماشى مع استراتيجية العلامة التجارية.
- إنتاج تنسيقات متعددة مثل الفيديوهات، والصور والمنشورات.

تنظيم توقيت نشر المنشورات لتحقيق أقصى قدر من التفاعل مع الجمهور.

المهام الرئيسية:

- استخدام التحليلات لتحديد أفضل الأوقات للنشر لزيادة الظهور.
- تخطيط تقويم محتوى يضمن التناسق عبر جميع المنصات.

نشر المحتوى

تحميل المحتوى ونشره على المنصات المختارة وفق الجدول الزمني.

- المهام الرئيسية:**
- مراجعة المحتوى واعتماده قبل نشره.
 - ضبط المنشورات لتتناسب مع تنسيقات المنصات المختلفة (مثل قصص إنستغرام أو مقاطع لينكdin).

التفاعل

بناء علاقات قوية مع المتابعين وتعزيز الثقة في العلامة التجارية.

- المهام الرئيسية:**
- الرد بسرعة على التعليقات والرسائل والإشارات.
 - معالجة أسئلة واستفسارات الجمهور لتحسين تجربة العميل.

تحليل الأداء

قياس مدى نجاح المحتوى وفهم سلوك الجمهور.

- المهام الرئيسية:**
- متابعة المقاييس مثل عدد المشاهدات، ومعدل التفاعل، والنقرات، والمشاركات.
 - استخدام تحليلات المنصات أو أدوات خارجية.



خطوات وآلية التنفيذ

آلية التنفيذ تركز على الجمع بين التحليل العميق، والتصميم الإبداعي، والإدارة الفعالة لضمان تحقيق أفضل النتائج.



- فهم احتياجات العميل وأهداف الحملة الإعلانية.
- تحليل الجمهور المستهدف بناءً على البيانات الديموغرافية والسلوكية.

تحديد الأهداف والجمهور المستهدف



- تطوير استراتيجية إعلانية متكاملة.
- تصميم مواد إعلانية مخصصة لكل منصة (صور، نصوص، وفيديوهات).
- تحديد الميزانية وتقسيمها بشكل فعال.

تصميم الحملة الإعلانية



- جدولة الإعلانات ومتابعتها بشكل يومي.
- ضبط الحملة بناءً على الأداء المباشر لتحسين النتائج.

إطلاق وإدارة الحملة



- جمع وتحليل بيانات الأداء (مثل معدلات النقر، والتحويل، والعائد على الاستثمار).
- تقديم تقارير دقيقة مع توصيات لتحسين الحملات المستقبلية.

تحليل الأداء والتقارير



ما الذي نقدمه؟
نقوم بتصميم وتنفيذ حملات ترويج مدفوعة تستهدف الوصول إلى الجمهور المناسب بدقة، وتحقيق أقصى استفادة من الميزانيات الإعلانية عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومحركات البحث، والوسائط الرقمية الأخرى.



ما هو الأثر المتوقع؟
• وصول دقيق وفعال للجمهور المستهدف.
• زيادة التفاعل والتحويل لدعم الأهداف التسويقية.
• تعزيز العائد على الاستثمار (ROI) بميزانيات مدققة.
• تقديم رؤى تحليلية لتحسين الأداء المستقبلي.

إدارة الترويج المدفوع



المرحلة الثانية مرحلة الإعداد والتجهيز

ضمان الجاهزية الكاملة لجميع عناصر الفعالية قبل يوم التنفيذ ويتم ذلك من خلال:

- تصميم خطة تنفيذية تتضمن جميع التفاصيل التشغيلية.
- إدارة الموردين وتنسيق الخدمات مثل الضيافة، والمعدات التقنية، والإعلام.
- إعداد خطة طوارئ للتعامل مع أي تحديات محتملة.

خطوات وآلية التنفيذ

آلية التنفيذ تعتمد على تنظيم دقيق لكل مرحلة، من التخطيط إلى التقييم، لضمان فعاليات تحقق أهداف المؤسسة وتترك انطباعاً دائمًا لدى الجمهور.

المرحلة الثالثة مرحلة التنفيذ والإشراف

تنفيذ الفعالية بسلاسة وتحقيق تجربة متميزة للحضور ويتم ذلك من خلال:

- متابعة دقة لجميع التفاصيل أثناء الحدث لضمان الجودة.
- الإشراف على إدارة الوقت وتنظيم الأنشطة وفقاً للجدول المخطط.
- التعامل مع أي تحديات فورية لضمان سير الفعالية بنجاح.

المرحلة الأولى مرحلة التخطيط الشامل

وضع رؤية واضحة للفعالية وأهداف محددة لضمان نجاحها ويتم ذلك من خلال:

- تحديد الغرض الأساسي من الفعالية وأهدافها الاستراتيجية.
- دراسة الجمهور المستهدف وتحليل توقعاتهم.
- اختيار الموقع، والتاريخ، والموضوع بما يتناسب مع رؤية المؤسسة.

تنظيم الفعاليات



ما الذي نقدمه؟

نُصمم فعاليات تعكس رؤية المؤسسة وتحقق أهدافها، عبر تخطيط وتنفيذ احترافي يضمن تجربة فريدة وتفاعل قوي مع الجمهور.



ما هو الأثر المتوقع؟

- تعزيز صورة المؤسسة وبناء حضور قوي لدى الجمهور.
- تحقيق أهداف استراتيجية ملموسة تتجاوز الفعالية.
- تقديم تجربة تفاعلية تُرسخ الثقة وتعزز الولاء.
- خلق تأثير مستدام يدعم مكانة المؤسسة.

المرحلة الرابعة مرحلة التقييم والمتابعة

قياس الأثر وتوثيق الدروس المستفادة لتحسين الفعاليات المستقبلية ويتم ذلك من خلال:

- جمع الملاحظات من الحضور وأصحاب المصلحة.
- تحليل الأداء مقابل الأهداف المحددة مسبقاً.
- تقديم تقرير نهائي يتضمن النتائج والتوصيات.



المرحلة الثانية

تصميم استراتيجية التعاون

إنشاء خطة واضحة لتفعيل التعاون مع المؤثرين ويتم ذلك من خلال:

- تحديد الأهداف الرئيسية للحملة.
- تصميم الرسائل الأساسية التي تتماشى مع هوية العلامة التجارية.
- تحديد طبيعة التعاون (مثل منشورات، فيديوهات، أو حضور فعلي).

المرحلة الثالثة

تنفيذ الحملة والإشراف عليها

ضمان تنفيذ التعاون بشكل احترافي وتحقيق التأثير المطلوب ويتم ذلك من خلال:

- مراجعة واعتماد المحتوى الذي سيتم نشره.
- جدولة المنشورات والإشراف على توقيت النشر.
- متابعة التفاعل مع الأهداف المحددة مسبقاً.
- تقديم تقارير شاملة مع توصيات لتحسين الحملات المناسبة.

خطوات وآلية التنفيذ

ينفذ المشروع عبر أربع خطوات متكاملة، حيث تمتلك كل خطوة هدفاً محدداً يسهم في تحقيق التكامل اللازم للوصول إلى الهدف العام للخدمة.

المرحلة الأولى

تحديد المؤثرين المناسبين

اختيار المؤثرين الأكثر تأثيراً وتواافقاً مع أهداف العلامة التجارية ويتم ذلك من خلال:

- تحليل مجال وتأثير المؤثرين بناءً على الجمهور المستهدف.
- اختيار المؤثرين وفقاً لمستوى التفاعل والمصداقية.
- دراسة تاريخ التعاونات السابقة لضمان الجودة.

المرحلة الرابعة

قياس الأداء وتقدير النتائج

تحليل نجاح الحملة واستخلاص الدروس المستفادة ويتم ذلك من خلال:

- قياس الأداء باستخدام أدوات تحليلية (مثل الوصول، التفاعل، العائد).
- مقارنة النتائج مع الأهداف المحددة مسبقاً.
- تقديم تقارير شاملة مع توصيات لتحسين الحملات المستقبلية.

إدارة المؤثرين



ما الذي نقدمه؟

نقدم خدمة متكاملة لإدارة علاقات المؤثرين، تشمل تحديد المؤثرين الأنسب للعلامة التجارية، ووضع استراتيجية تعاونية فعالة، والإشراف على تنفيذ الحملات لضمان تحقيق الأهداف وزيادة تأثير العلامة التجارية.



ما هو الأثر المتوقع؟

- تعزيز الوعي بالعلامة التجارية لدى جمهور واسع ومستهدف.
- زيادة المصداقية من خلال رسائل أصلية من المؤثرين.
- بناء شراكات مستدامة مع مؤثرين يدعمون أهداف العلامة.
- دعم التفاعل وزيادة الانتقام للعلامة التجارية.

خدماتنا |

خدمات التدريب



الخدمات



السرد القصصي

برنامج تدريسي يهدف إلى تطوير مهارات تحويل الأفكار والمفاهيم إلى قصص مؤثرة، تُستخدم في بناء ارتباط عاطفي مع الجمهور، وتعزيز قوة الرسائل المؤسسية بطريقة جذابة وдинاميكية.



لغة الجسد

تدريب متخصص يساعد الأفراد على فهم واستخدام لغة الجسد لتعزيز تأثيرهم أثناء التحدث أو التفاعل، مع التركيز على توظيف الإشارات الجسدية لتعزيز الثقة وتحقيق التواصل الفعال.



تطوير وكتابة المحتوى

خدمة تُعني بتطوير مهارات صياغة المحتوى المؤسسي والإبداعي، مع التركيز على إنتاج مواد مكتوبة متقدمة تلائم طبيعة الجمهور المستهدف وتعكس هوية المؤسسة بوضوح واحترافية.



التدريب على التواصل مع الجمّعوّر

برنامج يركز على تمكين الأفراد من التفاعل مع مختلف فئات الجمهور، باستخدام أساليب اتصال فعالة ومرنة، بما يضمن إيصال الرسائل بأسلوب يتناسب مع توقعات واحتياجات المستمعين.



الظهور الإعلامي

تدريب متخصص يهدف إلى إعداد الأفراد للتعامل مع وسائل الإعلام بكفاءة واحترافية، من خلال تطوير مهارات التحدث أمام الكاميرات، وإدارة المقابلات، وإيصال الرسائل المؤسسية بطريقة واضحة ومؤثرة.



خطوات وأليات التنفيذ



1

قبل التدريب
تحديد قدرات المستفيد والمهارات التي يمتلكها بشكل عام.

2

أثناء التدريب
تطوير مهارات المستفيد من خلال محتوى إعلامي متنوع مع التركيز بشكل كبير على التطبيقات المكثفة (إلقاء كلمة، أو حوار مع مذيع، أو إجابة عن أسئلة صحفيين وغيرها).

3

بعد التدريب
تقديم تقرير مفصل عن المستفيد من حيث نقاط القوة، والإجادة مدعماً بالتوصيات.

محاور البرنامج

برنامج تدريبي مخصص للقيادات والمسؤولين والمحترفين والمتحدثين الرسميين؛ ويهدف إلى تطوير مهاراتهم الإعلامية، وإعدادهم بفاعلية للظهور الإعلامي.

- وسائل الإعلام وكيفية التعامل معها.
- مهارات الاستعداد والتحضير قبل الظهور الإعلامي.
- فنون الإلقاء والتحدث في مختلف الوسائل الإعلامية.
- الكاريزما ولغة الجسد.
- فن الارتجال.
- استراتيجيات الردود على الأسئلة وإدارة الوقت.
- أخلاقيات التعامل مع وسائل الإعلام.
- الأخطاء الشائعة في الظهور الإعلامي.
- تطبيقات عملية مكثفة.



التدريب على الظهور الإعلامي

إكساب القيادات والمسؤولين والمحترفين الرسميين بالمهارات الاحترافية للظهور الإعلامي عبر وسائل الإعلام المختلفة (المقروءة، والمسموعة، والمرئية) بما يعكس صورة إيجابية احترافية عن جهة عملهم.

الأثر المتوقع

- التحدث بثقة أمام مختلف وسائل الإعلام.
- إجادة التعامل مع أسئلة الصحفيين.
- التوظيف الصحيح للغة الجسد.
- إتقان التعامل مع الأزمات الإعلامية.



محتوى البرنامج

**1****2****3****4****5**

لماذا التواصل مع الجمهور أهم من الظهور الإعلامي؟
فهم الأهمية الحقيقة لتفاعل المباشر مع الجمهور لبناء علاقات قوية وتحقيق التأثير المطلوب مقارنة بالظهور الإعلامي التقليدي.

السلطة الخامسة للجمهور
تسليط الضوء على قوة الجمهور وتأثيره في تشكيل الرأي العام وصناعة القرارات، وكيفية الاستفادة من هذه القوة لتعزيز التواصل.

الإعلام المضاد
تحليل طبيعة الإعلام المضاد وتأثيره السلبي على الرسائل، مع تعلم استراتيجيات التعامل مع النقد والمواقف الصعبة.

الاتجاهات الحديثة في الرصد والتحليل
التعرف على الأدوات والتقنيات الحديثة المستخدمة لرصد وتحليل توجهات الجمهور لضمان صياغة رسائل فعالة وموجعة.

قواعد الظهور والتواصل
تدريب عملي على قواعد التحدث والظهور بأسلوب احترافي يتناسب مع الجمهور المستهدف، مع التركيز على لغة الجسد ونبرة الصوت.

محاور البرنامج

يعتمد البرنامج على نمط التدريب الفردي الذي يتيح أثر أكبر في وصول المعرف والمهارات للحالة من خلال:

- دراسة عميقة للمستفيد.
- إعداد تقرير مفصل للمتدرب قبل البدء بالتدريب، وفق مجموعة من القيم القابلة لقياس.
- تحديد عناصر القوة والتحسين للحالة، وآلية التعامل معها في أوقات الظهور والتواصل.
- التدريب على خيارات أفضل وأوسع بناء على قدرات الشخصية.
- استعراض تجارب المتدرب السابقة، والممارسات المثلثة، والمقارنة بينها.
- جلسات تصوير تحاكي أنماط الظهور والتواصل وعرضها للنقاش مع المتدرب.
- تقديم تقرير نهائي يُظهر ما تم إنجازه خلال فترة التدريب.
- رفع توصيات بناء على الناتج من عملية الظهور والتواصل.

التدريب على التواصل مع الجمهور

تمكين المشاركين من تطوير مهارات التواصل الفعال مع الجمهور بمختلف فئاته، وتعزيز قدراتهم على إيصال الرسائل المؤثرة بطريقة معنية وموجعة، مما يساعدهم في بناء علاقات قوية وتحقيق التأثير المطلوب.

الأثر المتوقع

- بناء ثقة وتأثير قوي مع الجمهور المستهدف.
- تعزيز الصورة العامة للجهة وتحويل التحديات إلى فرص.
- تحقيق تواصل فعال ومستدام يعكس هوية المؤسسة.
- تعزيز التفاعل وحضور المؤسسة في المشهد العام.



خطوات وأليات التنفيذ



التحليل والتقييم

- تقييم مهارات الكتابة الحالية للمشاركين.
- تحديد نقاط التطوير الازمة.



التدريب العملي (2 يوم)

- ورش عمل تفاعلية لكتابة وتحليل نماذج محتوى.
- تقديم تغذية راجعة فردية لتحسين الأداء.



المتابعة والتطوير

- مراجعة المحتوى المكتوب وتطويره بناءً على الأهداف المحددة.
- تقديم خطة تطوير مستمرة لتحسين مهارات الكتابة.



محاور البرنامج

برنامج تدريبي مصمم خصيصاً للذين يدركون الأهمية الاستراتيجية لتطوير المحتوى المكتوب كوسيلة فعالة لإيصال رسائلهم وتعزيز هوية مؤسساتهم.

- أساسيات الكتابة الجذابة والواضحة.
- تقنيات صياغة العناوين والنصوص الموجعة.
- فهم احتياجات الجمهور وتكيف أسلوب الكتابة وفقاً لها.
- تحويل الأفكار إلى نصوص مؤثرة تثير تفاعل الجمهور.
- استخدام تقنيات الإقناع في الكتابة.
- تحسين هيكل النصوص لضمان الوضوح والانسيابية.
- مراجعة المحتوى لضمان الجودة والتأثير.
- كتابة المقالات، والنصوص الإعلانية، ومنشورات التواصل الاجتماعي.



تطوير وكتابة المحتوى

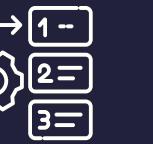
تمكين المشاركين من تطوير مهارات كتابة المحتوى الاحترافي والإبداعي بما يلبي احتياجات الجمهور المستهدف ويعزز هوية المؤسسة.

الأثر المتوقع

- إنتاج محتوى جذاب يعكس هوية المؤسسة بوضوح.
- تعزيز تفاعل الجمهور مع الرسائل المكتوبة.
- تحسين إيصال الأفكار بفعالية وإقناع.
- بناء ثقة قوية بين المؤسسة والجمهور المستهدف.



خطوات وأليات التنفيذ



التحليل والتقييم

- تقييم احتياجات المشاركيين من خلال جلسات أولية لمعرفة مستوى معرفتهم بلغة الجسد.
- تحليل نقاط القوة والضعف الفردية لخضير التدريب.



التدريب العملي (3 أيام)

- جلسات تدريبية تفاعلية تتضمن محاكاة مواقف حقيقة.
- تسجيل عروض المشاركيين لتحليل الأداء وتقديم تغذية راجعة فورية.
- تطبيق تدريبات على قراءة لغة الجسد وتوظيفها بفعالية.



المتابعة والتطوير

- تقديم نصائح مخصصة لكل مشارك بناءً على أدائه.
- وضع خطة تطوير مستمرة لتحسين استخدام لغة الجسد في سياقات مختلفة.
- إعداد تقارير نهائية تعكس التقدم والنتائج المتحققة.



محاور البرنامج

برنامج تدريبي مصمم خصيصاً للقادة الذين يدركون أهمية لغة الجسد كأداة حيوية لتعزيز تأثيرهم وبناء تواصل فعال مع فرقهم وجمهورهم.

- تعريف لغة الجسد وأهميتها في التواصل الفعال.
- التعرف على إشارات الجسد الأساسية ودلائلها.
- كيفية استخدام لغة الجسد لبناء الثقة وتعزيز المصداقية.
- تقنيات التحكم بالظاهر والسلوك أمام الجمهور.
- قراءة إشارات جسد الجمهور واستيعاب ردود أفعالهم.
- كيفية تعديل لغة الجسد بما يناسب السياق والجمهور.
- التعامل مع المواقف غير المتوقعة بثبات وتحكم في لغة الجسد.
- تقنيات تهدئة النفس والسيطرة على الأعصاب في المواقف الحرجة.



لغة الجسد

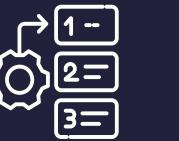
تطوير مهارات المشاركيين في استخدام لغة الجسد بوعي لتعزيز التواصل الفعال، وبناء الثقة والمصداقية أثناء التفاعل مع الجمهور.

الأثر المتوقع

- فهم إشارات الجسد لتحسين التواصل.
- بناء انطباعات إيجابية ومصداقية عالية.
- تحسين إيصال الرسائل بفعالية.
- تعزيز الثقة والحضور الشخصي.



خطوات وأليات التنفيذ



1

استبيان ما قبل التدريب

- استبيان عبر الإنترنت
- يتيح للمشاركين مشاركة أسئلتهم وتوقعاتهم الرئيسية، ويساعد في تعديل محتوى التدريب.

ورشة التدريب (3 أيام)

- يجمع بين الحضور في القاعة والمشاركة عبر الإنترنت.
- يعمل المشاركون في مجموعات على مشاريع صغيرة.
- يتم تقديمها بواسطة اثنين من المدربين.
- تطبيق عملي لأطر سرد القصص.

المتابعة

- برنامج متابعة لمدة 90 يوماً.
- مصمم لتعزيز واستدامة التعلم بمرور الوقت.
- رسائل بريد إلكتروني أسبوعية تحتوي على مقاطع فيديو قصيرة (1-2 دقيقة).
- جلسات عبر الإنترنت.
- مصمم لتعزيز واستدامة التعلم بمرور الوقت.

2

3

محاور البرنامج

برنامج تدريبي مصمم خصيصاً لإتقان السرد القصصي؛ والتعرف على عالمه وتأثيراته المباشرة الإيجابية في عمليات التواصل الداخلي والخارجي في المؤسسات.

- فهم قوة السرد القصصي.
- استكشاف ما يجعل من القصة قصة.
- اكتشاف الفرق بين السرد التقليدي والسرد المؤسسي.
- فهم أساليب السرد المختلفة في الأعمال.
- تعلم كيفية بناء وهيكلة وتقديم قصة.
- تطوير قصص تشرك وتلهم الأفراد والفرق.
- اكتساب إطار قوي لتوليد قصص هادفة في المستقبل.
- مناقشة التطبيقات المختلفة للسرد في مجال الأعمال.



السرد القصصي

تمكين المشاركين من إتقان فن السرد القصصي لتحويل الأفكار والرسائل إلى قصص ملهمة ومؤثرة، تعزز التفاعل العاطفي مع الجمهور وتحقق أهداف المؤسسة.

الأثر المتوقع

- تحويل الرسائل إلى قصص ملهمة تؤثر في الجمهور.
- بناء روابط عاطفية تعزز ولاء الجمهور وثقته.
- ترسیخ هوية المؤسسة وقيمها في أذهان المستهدفين.
- تحقيق تأثير طويل الأمد يعزز مكانة المؤسسة.





الفصل الثالث

مشاريع فريق العمل

بعض العملاء
وشركاء النجاح

نمتلك خبرة راسخة في تقديم
خدمات التواصل والتسويق
المبتكرة للجهات الحكومية
وشركات القطاع الخاص
والمنظمات غير الربحية



مجمع الملك سلمان
العالي للغة العربية
King Salman Global Academy for Arabic Language



اللجنة الوطنية السعودية
للتربية والثقافة والعلوم
Saud National Commission for
Education, Culture and Science



البيوان العام للمحاسبة
GENERAL COURT OF AUDIT



الموارد البشرية
والتنمية الاجتماعية



المركز الوطني
للتعليم الإلكتروني
National eLearning Center



وزارة الصناعة
والثروة المعدنية
Ministry of Industry and Mineral Resources



سيركليز
Circlys



ثاروا
THARWAH



وزارة البيئة والمياه والزراعة
Ministry of Environment Water & Agriculture



المركز الوطني للأرصاد
National Center for Meteorology
المملكة العربية السعودية



معرض الرياض
الدولي للكتاب
Riyadh International Book Fair



الهيئة العامة للمنافسة
General Authority for Competition



مؤسسة الملك سلمان غير الربحية
King Salman Foundation

شركة ريمات
الرياض للتنمية
Remat Al-Riyadh



العزيزني
ALMOZAINI



جمعية المركز الخيري
لتعلم القرآن الكريم وعلومه

التعاونية
tawuniya





تطوير استراتيجية تواصل واستراتيجية علامة للمؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية.

الهدف

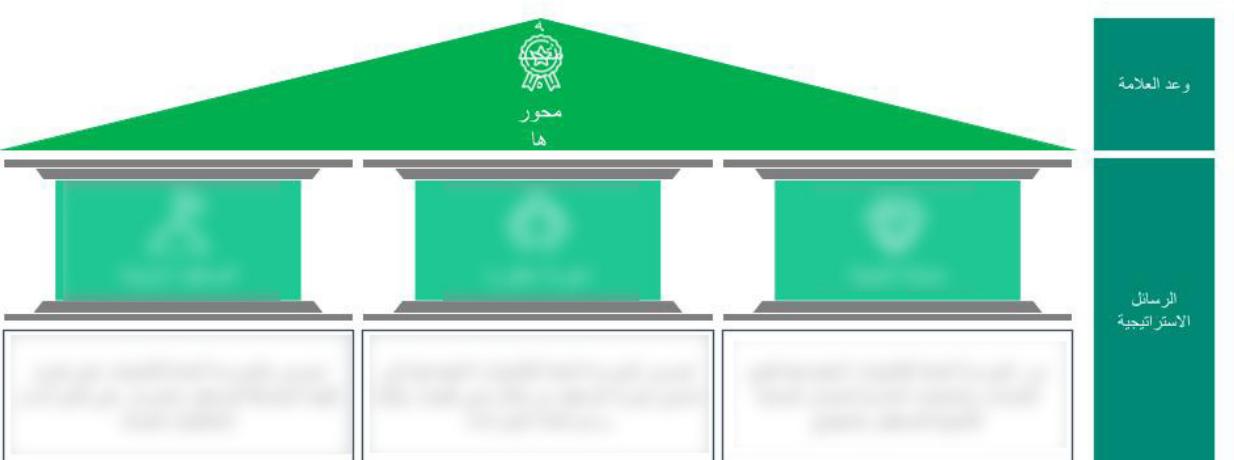
تقديم حلول متنوعة على شكل استراتيجية تواصل واستراتيجية علامة للمؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية لحل عدة تحديات تساهمن في تحقيق التوجهات الاستراتيجية الجديدة للمؤسسة وتعمل على تعزيز وتحسين الصورة الذهنية الخاصة بها.



تم تحديد التوجّه الاستراتيجي لرسائل المؤسسة اعتماداً على وعد العلامة وعلى حصر الرسائل التكتيكية

تحديد الرسائل الاستراتيجية للمؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية

الرسالة الأساسية وأعمدة الرسائل الاستراتيجية

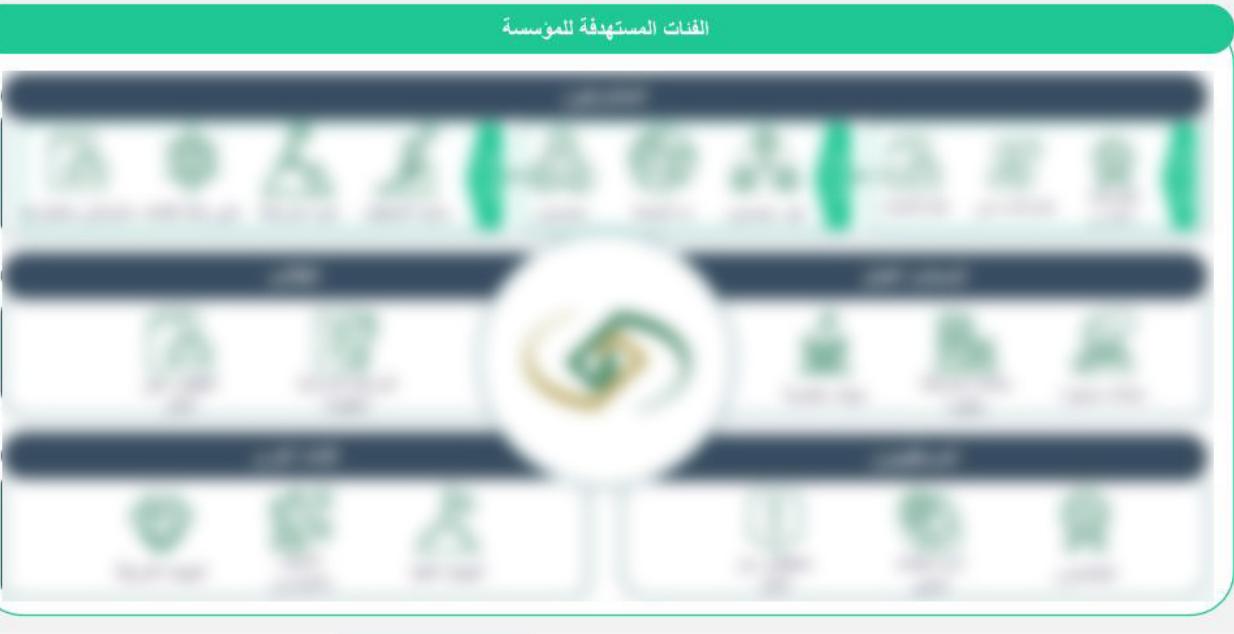


نموذج الفئات المستهدفة

الفئات المستهدفة

تم تحديد الفئات المستهدفة التي تعامل معهم المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية

تحديد الفئات المستهدفة للمؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية



نموذج تحليل الوضع الراهن

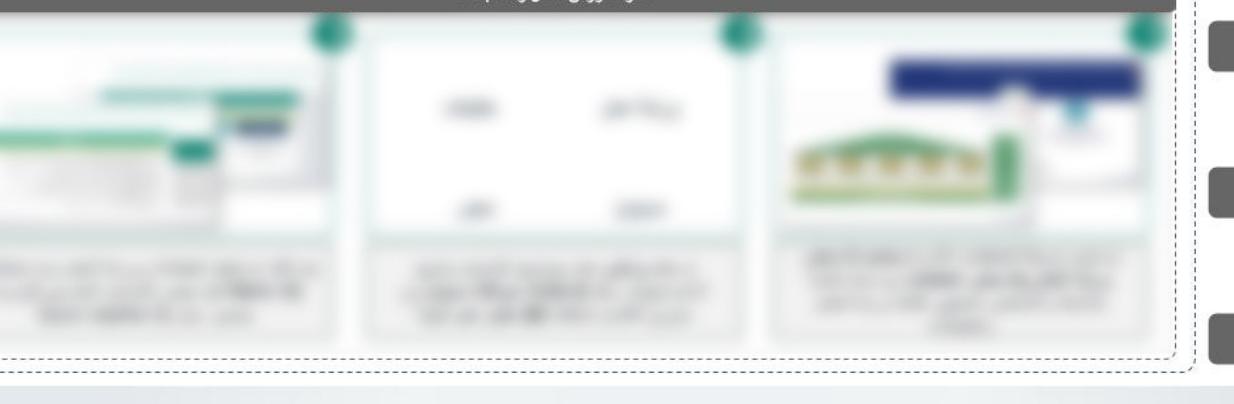
مرحلة البحث والفهم

الهدف من ورش العمل والمقابلات

تهدف المقابلات وورش العمل إلى فهم أعمق للتوجهات والتطلبات في التواصل وتساهم في بناء مواجهة استراتيجية التواصل مع توجهات المؤسسة

محاور نقاش ورش العمل والم مقابلات

خطوات ورش العمل والم مقابلات



- بناء مبادرات تواصلية عملية تشمل مشروعات وأنشطة تحقق الأهداف التواصلية التي تم بناءها للمؤسسة.

- تحديد تموضع المؤسسة المستهدفة في الصورة الذهنية لدى الفئات المستهدفة بالمقارنة ببقية الجهات الشبيهة.

- بناء هرم الرسائل الاستراتيجية والتكتيكية للمواضيع الشائعة للمؤسسة لإيصال الرسائل الصحيحة.

المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية

المخرجات

- بناء استراتيجية الهوية للمؤسسة تشمل الجوهر والوعد الذي تعمل على تحقيقه للفئات المستهدفة وينعكس على علامة المؤسسة.

- بناء الأهداف التواصلية للمؤسسة اعتماداً على تحليل الفجوات من البحث والفهم وربطها مع الأهداف الاستراتيجية.

- تحديد أساليب تواصل المؤسسة مع الفئات المستهدفة ونبرة الخطاب وربطها برسائل التواصل وتوضيح الكلمات المفتاحية الخاصة بكل أسلوب.



قدرة فريق التواصل المؤسسي على تحديد الميزانية الاتصالية بصورة دقيقة وتوزيعها بالصورة المثالية للوصول للمنفعة المثلث.

تعزيز التأمينات الاجتماعية وعلامتها الرئيسة لدى الفئات المستهدفة المختلفة، وتقليل التشتبه المرتبط بوجود علامات فرعية مستقلة عنها.

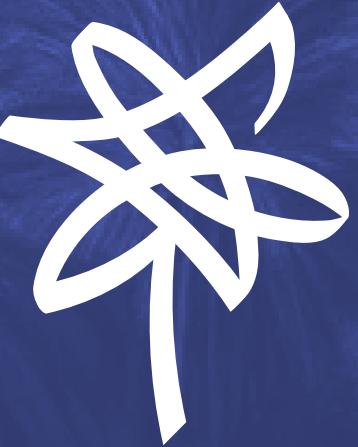
تعزيز ظهور التأمينات الاجتماعية بصفتها المصدر الرئيسي للمعلومات عن نظام التأمينات الاجتماعية والإجابة على أهم الاستفسارات المرتبطة به، مع تعزيز آلية ظهور استثمارات المؤسسة المختلفة.





اللجنة الوطنية السعودية
للتربية والثقافة والعلوم

Saudi National Commission for
Education, Culture and Science

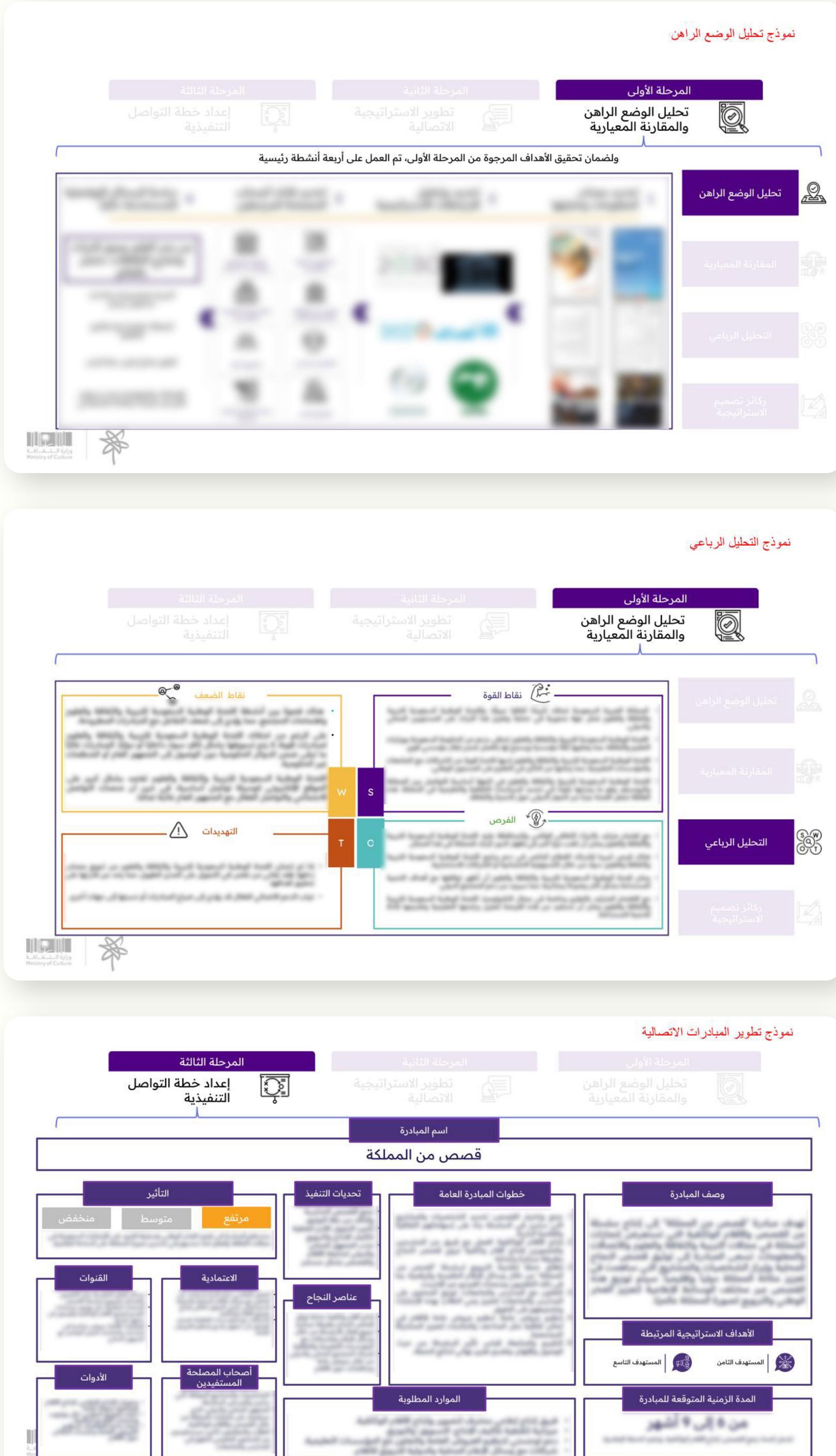


تطوير استراتيجية وخطة التواصل للجنة الوطنية السعودية للتربية والثقافة والعلوم

المعد

وضع إطار استراتيجي متكملي يعزز الهوية المؤسسية للجنة،
ويضمن توحيد الرسائل الاتصالية مع مختلف الفئات المستهدفة،
لتحقيق تواصل مستدام يعكس تأثير وأهمية اللجنة الوطنية
السعودية للتربية والثقافة والعلوم.





اللجنة الوطنية السعودية للتربيـة والثقافة والعلوم

اللجنة الوطنية السعودية
للتربية والثقافة والعلوم



تركز اللجنة على تحقيق تواصل متكامل عبر القنوات التقليدية وال الرقمية، بهدف تعزيز الوصول إلى جميع شرائح المجتمع، من الفئات الشابة إلى القيادات الدولية.

تبني اللجنة ريادة مؤثرة في مجالات التعليم والثقافة، حيث تقود المبادرات المحلية والدولية، موجهة الجهود نحو تعزيز مكانة المملكة كمرجع أساسى في هذه المجالات.

الأثر والنتائج



تعتمد اللجنة على بناء شراكات استراتيجية فعالة مع الجهات الوطنية والدولية، لتوسيع قاعدة تأثيرها وتعزيز الموارد والدعم اللازم لتحقيق أهدافها.

تعمل اللجنة على تسويق دورها الوطني الرائد في مجالات التعليم والثقافة، مع تسلیط الضوء على الإنجازات الدولية المحققة عبر شراکاتها مع منظمات دولية مثل اليونسكو.

المخرجات

- تقييم شامل لنقاط القوة والضعف في اللجنة، مع تحديد دقيق لجميع العوامل الممكنة التي ستسهم في تعزيز مكانة كجهة رائدة ومُمكِّنة للقطاع.
 - إجراء حصر وتحليل شامل لجميع أصحاب المصلحة المرتبطين بأعمال اللجنة بهدف تحصيص الرسائل وتوجيهها بطريقة فعالة ودقيقة.
 - صياغة الرؤية التواصلية والتوجه التطويري الذي أسهم في وضع الأهداف الاستراتيجية للتواصل، والتي تسع اللجنة لتحقيقها.
 - تصميم مبادرات تواصلية شاملة وتصنيفها وفقاً لقدرات اللجنة التنفيذية، مع وضع جدول زمني واضح لتنفيذها.



شركة ريمات
الرياض للتنمية
Remat Al-Riyadh

تطوير استراتيجية وخطة التواصل لشركة ريمات الرياض للتنمية

⑤ العدف

تهدف شركة ريمات الرياض إلى بناء استراتيجية وخطة تواصل شاملة توضح دورها المحوري في تنمية المدينة، وتفصل حضورها عن الجهات البلدية الأخرى، بما يعزز وضوح الهوية المؤسسية ويمنع تداخل الرسائل أو ازدواجية الأدوار، خصوصاً مع الشركات التابعة وأمانة منطقة الرياض. كما تسعى الاستراتيجية إلى بناء حضور اتصالي متماسك يعكس طموحات الشركة في دعم التنمية الحضرية وتحقيق التكامل بين القطاعين العام والخاص والمجتمع.

ريمارت الرياض



شركة الرياض للتنمية
at Al-Riyadh



المخرج

- مستند لفهم الوضع الراهن وتحليل التحديات الاتصالية
 - تطوير استراتيجية تواصل متكاملة تشمل: نبرة الخطاب والرسائل الرئيسية - خطة التفاعل مع الفئات المختلفة - توزيع الأدوار التواصلية بين ريمات والشركات المرتبطة.
 - توقيق مركبات الشركاء والفئات المستهدفة (أصحاب القرار، الجهات الداعمة، المجتمع، القطاع الخاص).
 - دراسة مرجعية لأفضل الممارسات الاتصالية في شركات التنمية الحضرية محلياً وعالمياً.

تمكين الشركة من بناء علاقات فاعلة ومستقرة مع شركاء القطاعين العام والخاص، عبر خطاب موحد يبرز أهدافها ومشاريعها التنموية.

تقليل التداخل والارتباك في
الرسائل الاتصالية مع أمانة
الرياض والشركات الأخرى،
مما يرفع من كفاءة التواصل
ويمنع التضارب.

تعزيز وضوح هوية ريمات الرياض لدى الشركاء والجمهور، وتحديث دورها بدقة ضمن منظومة مدينة الرياض التنموية.



• نموذج تطوير بطاقة أصحاب المصلحة

		القطاع العام
02	01	القطاع الخاص
05	04	القطاع التنموي
03		المجتمع
02	01	المستفيدين



الموارد البشرية
والتنمية الاجتماعية



تطوير استراتيجية تواصل شاملة لوكالة الضمان الاجتماعي والتمكين

الهدف

تسعى وكالة الضمان الاجتماعي والتمكين إلى تطوير استراتيجية تواصل فعالة تُعرف بخدماتها وبرامجها وممكانتها، وتعزز من تفاعل الفئات المستهدفة معها، بما يسهم في رفع الوعي بالنظام المطور، وترسيخ مفهوم التمكين كمنظور مستدام يُمكن المستفيدين من الاندماج في سوق العمل وتحقيق الاكتفاء الذاتي، مع بناء خطة تنفيذية تتضمن أنشطة ومبادرات تواصلية، ووسائل إعلامية موجهة، وأدوات قياس دقة للأثر.





الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية

الموارد البشرية
والتنمية الاجتماعية



المخرجات

- إعداد مستند لفهم الوضع الراهن والتحديات الإدراكية • تطوير استراتيجية تواصل متكاملة تخاطب مختلف الفئات والتشغيلية المرتبطة بالتواصل.
- توثيق مرئيات المستفيدين من الضمان الاجتماعي عبر • تصميم حملات ومبادرات اتصالية تفاعلية تنفذ عبر قنوات مختلف مناطق المملكة.
- تحليل تجارب الجهات الضمانية حول العالم لاستخلاص • إعداد خطة تفاعل متكاملة تراعي تنوع فئات المستفيدين.
- بناء خطة متخصصة لإدارة الأزمات التوافلية.

زيادة وعي المستفيدين بجميع الخدمات والممكّنات، وليس فقط الجوانب المالية، مما يوسع الاستفادة من برامج التدريب، التوظيف، والحماية الاجتماعية.

رفع جاهزية الوكالة للتعامل مع الأزمات التوافلية من خلال خطط استباقية متكاملة تعزز ثقة الجمهور وتقلل من أثر الإشاعات أو المفاسيم المغلوطة.

تصحيح المفاهيم الخاطئة حول النظام المطور، وتوضيح الفروقات الجوهرية عن النظام السابق، مما يعزز تقبّله.

معالجة الفجوات الحالية في التواصل مع الفئات الأكثر تأثراً، مثل كبار السن وسكان المناطق الطرفية، بأساليب مخصصة تراعي احتياجاتهم.

تغيير الصورة الذهنية النمطية عن الضمان الاجتماعي، والانتقال من الفهم القائم على المساعدة إلى تبني منظور التمكين والإنتاجية.

تحسين تجاوب المستفيدين مع التحوّلات الرقمية، مثل التسجيل والتحديث الذاتي، من خلال التوعية المستهدفة.



تحسين العلاقة بين الوكالة والمستفيدين من خلال بناء قنوات تواصل نشطة، وواضحة، واستباقية.



• نموذج تطوير مؤشرات الأداء



بيت الرسائل للشركات

رسالة الشاملة

رسائل متعددة

رسائل متخصصة

رسائل متخصصة

رسائل متعددة



الهيئة العامة للتجارة الخارجية
Saudi General Authority of Foreign Trade

تطویر التقریر السنوي

Ⓐ العدف

تطویر التقریر السنوي الخاص بالهيئة العامة للتجارة الخارجية
محتویاً على جميع الأنشطة المختلفة مع خطة لإطلاقه لمختلف
أصحاب المصلحة.





المخرجات

- تطوير التقرير السنوي محتوىً على جميع المبادرات والإنجازات.
 - بناء خطة إطلاق التقرير مستهدفين مختلف أصحاب المصلحة من القيادات والموظفين والجهات الأخرى والمستفيد النهائي.

Legend

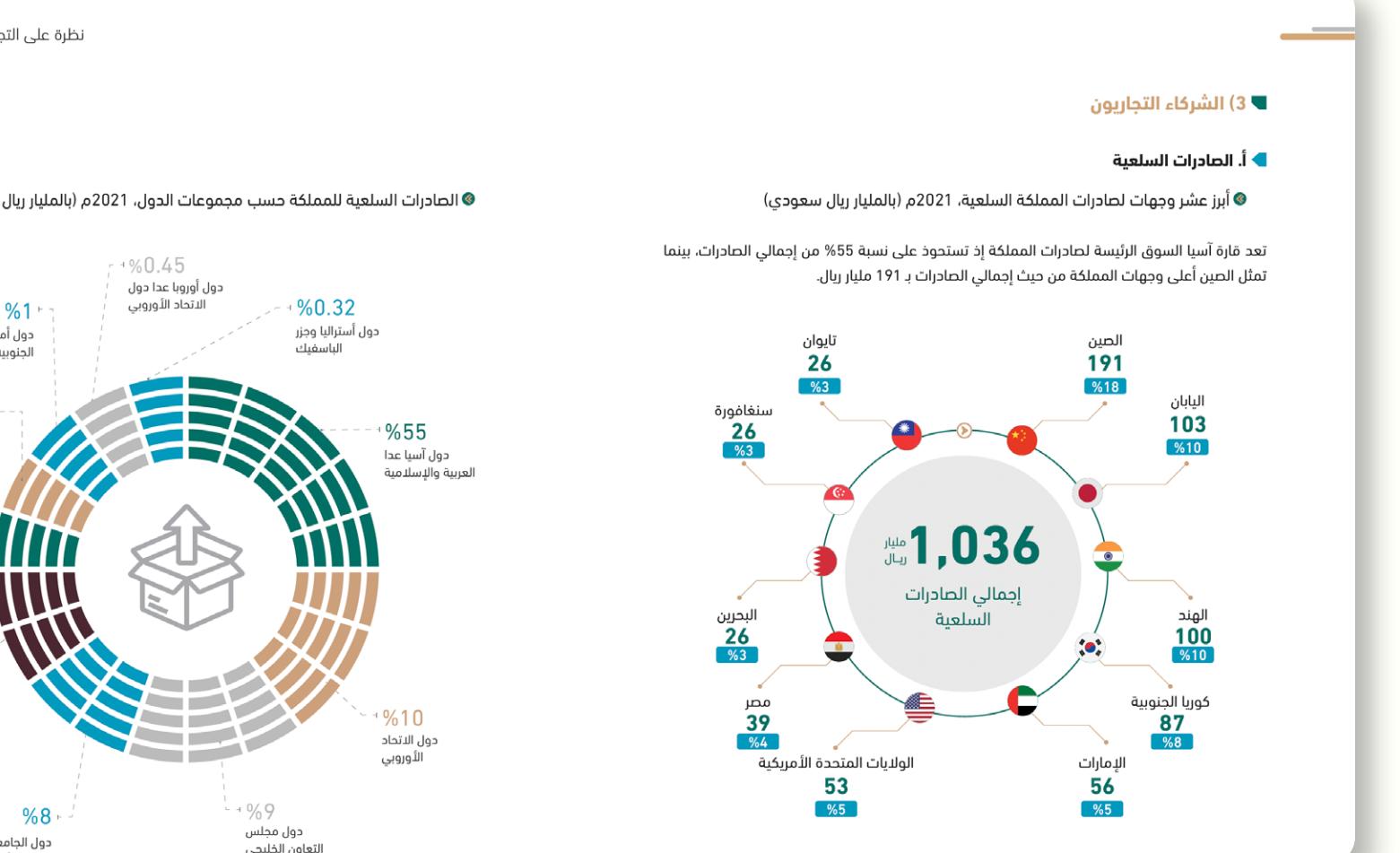
تعزيز ظهور الهيئة العامة للتجارة الخارجية لدى مختلف أصحاب المصلحة.

A green icon representing project management, featuring a gear and a document.

**تفعيل إطلاق الدليل
بصورة ساهمت في
وصوله لمختلف أصحاب
المصلحة مع الرسالة
ال المناسبة.**

إِبراز حجم المشاريع
المختلفة والمبادرات
والإنجازات لدى الهيئة
العامة للتجارة الخارجية
المتميزة في المملكة.

An icon depicting a document with two columns. The left column contains a circle with a checkmark, and the right column contains a circle with an X. This symbolizes a comparison or review process.





صندوق التنمية الصناعية السعودي

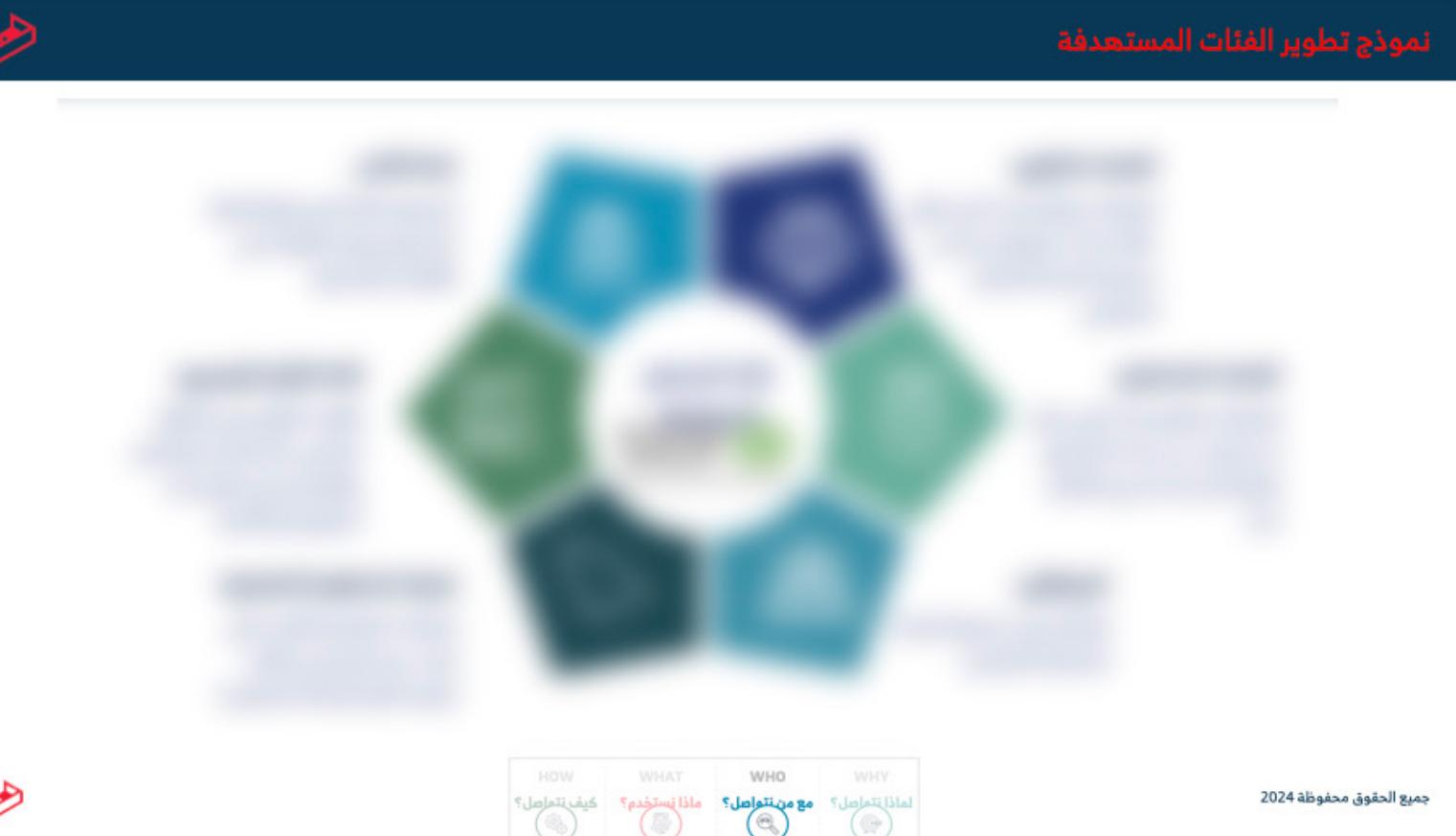
بناء وتطوير استراتيجية العلامة لصندوق التنمية الصناعية السعودي

الهدف

تعزيز الصورة الذهنية للصندوق لدى المستفيدين بحيث يصبح الشريك الأساسي في رحلتهم الاستثمارية، ويتميز عن الجهات التمويلية الأخرى من خلال إبراز خدماته المتنوعة مثل الاستشارات ونقل المعرفة، ليكون الخيار الأول الذي يتبادر إلى ذهن العملاء.



جميع الحقوق محفوظة 2024

HOW: كيف نتعامل؟
WHAT: ماذا نستخدم؟
WHO: من نتعامل مع؟
WHY: لماذا نتعامل؟

نموذج غاية العلامة التجارية

الطموح الاستراتيجي
بيان الغاية

المقدمة	البيان المفصّل	بيان الغاية
بيان المقدمة	بيان المفصّل	بيان الغاية

جميع الحقوق محفوظة 2024

**صندوق التنمية
الصناعية السعودي**
SIDF

المخرجات

تحسين قدرة الصندوق على تلبية احتياجات السوق المستهدفة ودعم القطاعات الصناعية بشكل فعال.

تعزيز وعي الجمهور بخدمات الصندوق المختلفة، من تمويل واستشارات ودعم، وزيادة الاعتماد عليه كجهة أولى للقطاع الصناعي.

الأثر والنتائج



تمكين القطاعات الصناعية من الوصول إلى موارد وخدمات متقدمة، مما يسهم في تحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التنافسية الوطنية.

ترسيخ صورة الصندوق كممكن استراتيжи يعتمد عليه في دعم التحول الصناعي، مما يعزز الثقة والولاء بين المستفيدين والشركاء.

- تحديد وتحليل أبرز التحديات التسويقية التي يواجهها الصندوق في التواصل مع عملائه وأصحاب المصلحة باستخدام الأدوات التحليلية.

- تحديد طموح العلامة التجارية الاستراتيجي لتصبح رمزاً للريادة الصناعية والتنمية المستدامة بما يعكس الأهداف الوطنية الكبرى.

- فهم أبرز الممارسات التسويقية المتبعة من قبل جهات مشابهة لأعمال الصندوق، سواء كانت محلية أو إقليمية أو دولية، وتحديد الفجوات الحالية بين تلك الممارسات وما يقوم به الصندوق.

- تطوير قصة قوية ومتراقبة توضح دور الصندوق كممكن أساسى في دعم التحول الصناعي وتعزيز القدرة التنافسية للمملكة.



تطویر التقریر السنوي

العده

تطویر التقریر السنوي الخاص بالهیئۃ العامة للأوقاف محتویاً على جميع الأنشطة المختلفة مع خطة لإطلاقه لمختلف أصحاب المصلحة.





المخرجات

- تطوير التقرير السنوي محتوىً على جميع المبادرات والإنجازات.
 - بناء خطة إطلاق التقرير مستهدفين مختلف أصحاب المصلحة من القيادات والموظفين والجهات الأخرى والمستفيد النهائي.



الجهود
والإنجازات 2

تشمل الخدمات المساندة والتقني واللوجستي لقطعميليات التحول الرقمي والقطاع المؤسسي، ويتمنى ذلك من خلال وضعيته مؤشرات أداء استراتيجية بالدورة والسرعة التي تتبلي إلى قيادة قطاع الألوافاق، وتمكين القطاع المؤسسي

أبرز المتذبذبات
تم تخفيف عدد من الإستراتجيات والتشغيل
اطلاق عدد من الخدمات
الواقف، مثل منتشر
لتتحقق الاستدامة
مصالح الوقف إلى برا
المنظمات، والتي منها
مراكز الخدمات الطالية للهوا
أعمال الهيئة حتى وصلت إلى
من إجمالي متسوبي الوظائف

مشروعٌ 29 
مؤشراتٍ 6 
رسالةٍ 42 



هيئة الزكاة والضريبة والجمارك
Zakat, Tax and Customs Authority

تطوير المحتوى التوعوي والإرشادي لـ هيئة الزكاة والضريبة والجمارك

الهدف

قمنا في هيكل بتطوير حلول محتوى ثنائي اللغة، يعكس الفهم العميق لتفاصيل الأنظمة والإجراءات المعقدة المرتبطة بالزكاة والضريبة والجمارك، وتحويلها إلى مواد توعوية مبسطة، دقيقة، وواضحة، تسهم في رفعوعي المكلفين والمعنيين بالخدمات المختلفة للهيئة، وتُسهل عليهم فهم الأنظمة والالتزام بها.



نـصـ المـنشـور

تـارـيخـ النـشر

قـنـواتـ النـشر

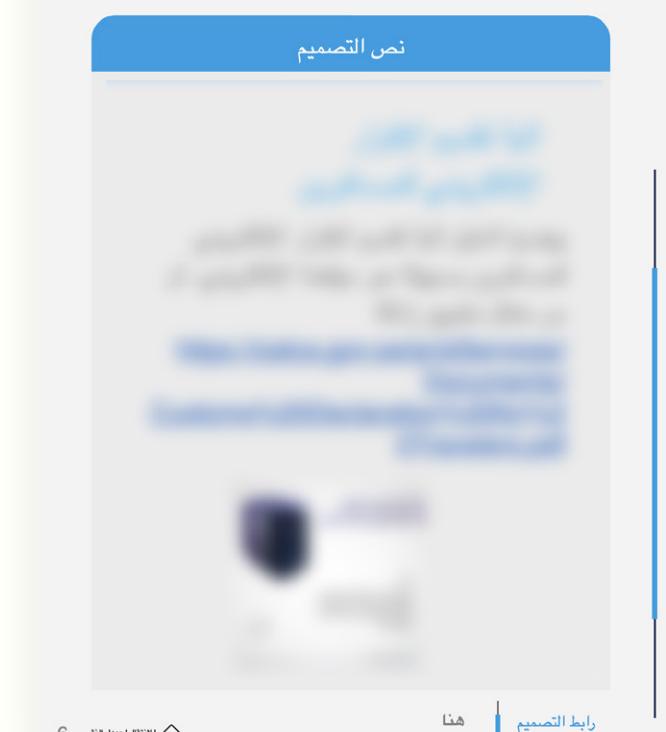
جـدولـ النـشر

نـصـ المـنشـور

تـارـيخـ النـشر

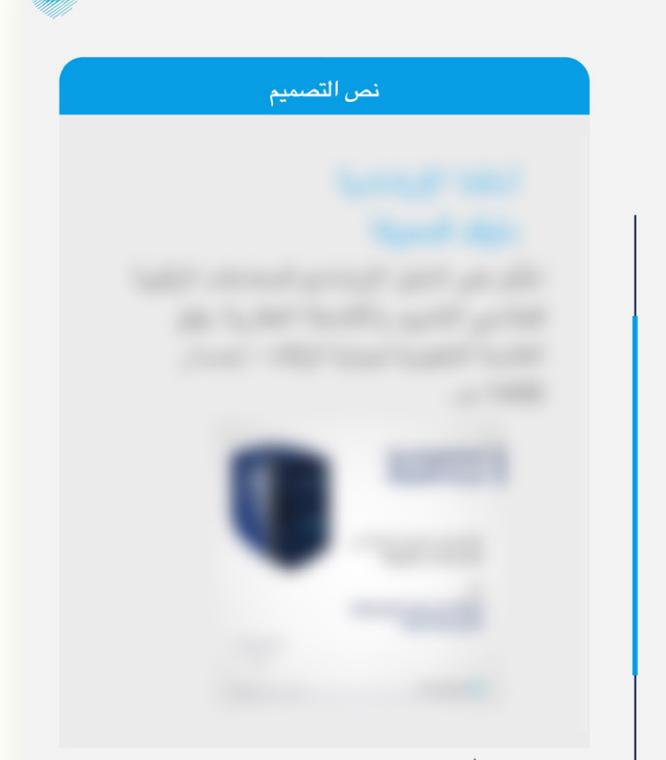
قـنـواتـ النـشر

نص التصميم



الأحد	الإثنين	الثلاثاء	الإربعاء	الخميس	الجمعة	السبت
٢٠٢٣-١٠-٠٦	٢٠٢٣-١٠-٠٧	٢٠٢٣-١٠-٠٨	٢٠٢٣-١٠-٠٩	٢٠٢٣-١٠-١٠	٢٠٢٣-١٠-١١	٢٠٢٣-١٠-١٢

نص التصميم



هـيـئـةـ الزـكـاةـ وـالـضـرـيبـةـ وـالـجـمـارـكـ

هـيـئـةـ الزـكـاةـ وـالـضـرـيبـةـ وـالـجـمـارـكـ
Zakat, Tax and Customs Authority



المخرجات

- إبداعية؛ مع مراعاة تأثيرها على الجماع، وبشكل متناغم يحقق النتائج المرجوة.
- صياغة رسائل تعليمية واضحة تخاطب كل فئة بلغتها المناسبة وبأسلوب يسهل الفهم والامتثال.
- مراجعة تحريرية متقدمة تضمن اتساق اللغة القانونية والإرشادية مع الخطاب المؤسسي للهيئة.
- تطوير محتوى ثنائي اللغة يراعي الفروقات القانونية والثقافية للمكلفين محلياً ودولياً.
- إنتاج 8 تقاويم محتوى متنوعة تغطي مختلف الموضوعات والفئات المستهدفة، بما يضمن الاستمرارية في رفع الوعي على مدار العام.
- كتابة محتويات التصاميم المتحركة والثابتة بطريقة

تعزيز الصورة الذهنية للهيئة كجامعة مرجعية واضحة وداعمة للمكلفين والمجتمع.

رفع مستويات الامتثال والالتزام من خلال تيسير فهم الأنظمة والتعليمات.

تبسيط المفاهيم الزكوية والضريبية والجمالية لمختلف الفئات المستهدفة بأسلوب واضح وسلس.



ضمان التوازن بين الدقة القانونية والوضوح الاتصالي في كافة المواد المكتوبة.

تمكين الهيئة من إدارة الحملات التوعوية بشكل منهجي ومستدام عبر تقاويم المحتوى السنوية.

المملكة العربية السعودية

للغة العربية

King Salman Global Academy



مجمع الملك سلمان
العالمي للغة العربية

King Salman Global Academy for Arabic Language



تطوير الاستراتيجية الاتصالية والخطة التنفيذية لمجمع الملك سلمان العالمي للغة العربية

الهدف

يسعى مجمع الملك سلمان العالمي للغة العربية إلى بناء استراتيجية اتصالية متكاملة تُعزز من حضوره الإعلامي وتصحح التصورات الشائعة التي تحصر دوره في النطاق الأكاديمي، دون إدراك لامتداد تأثيره المؤسسي والرقمي والثقافي. تهدف الاستراتيجية إلى رفع الوعي العام، وترسيخ هوية اتصالية موحدة للمجمع، وزيادة التفاعل مع مختلف الفئات ذات العلاقة، بما يدعم رؤيته ليكون مرجعاً عالمياً في دعم وتمكين اللغة العربية.

المخرج

- تحليل الوضع الراهن والتحديات الاتصالية التي يواجهها المجتمع
 - دراسة مقارنة معيارية لأفضل الممارسات الدولية
 - تطوير الاستراتيجية الاتصالية، تتضمن:
 1. نبرة الخطاب
 2. الرسائل الرئيسية
 3. الفئات المستهدفة
 4. المجالات المحورية للتواصل
 - إعداد خطة تنفيذية تشمل:
 1. قنوات التواصل
 2. الحملات والمبادرات وسلسل النشر
 3. أدوات التفاعل الإعلامي
 4. مؤشرات الأداء للقياس والمتابعة

تعزيز الوعي العام بمبادرات وخدمات المجتمع، بما يشمل دعم اللغة العربية في الذكاء الاصطناعي، والمحظى الرقمي، والتعليم، والسياسات اللغوية.

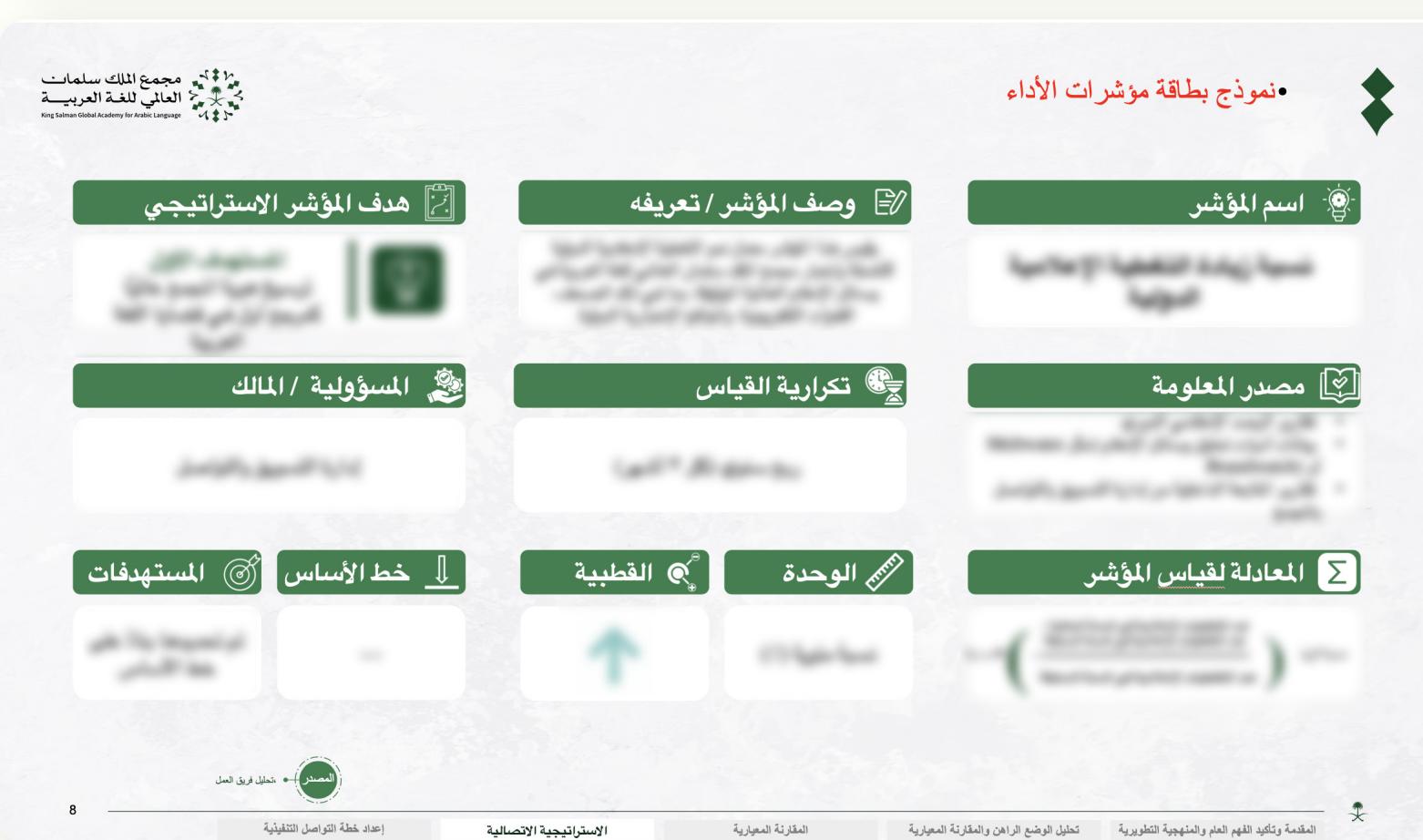
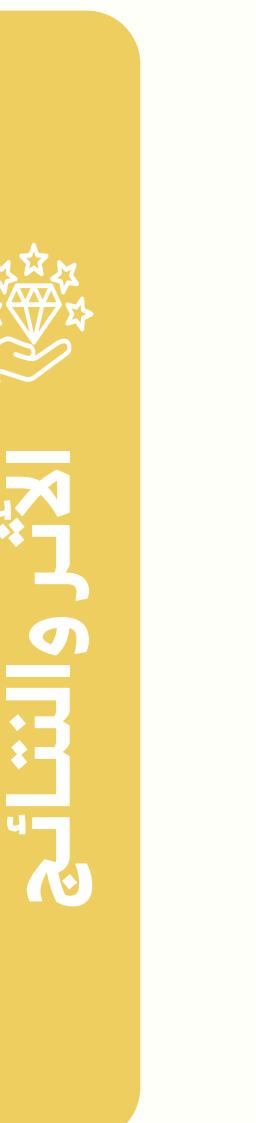
توحيد الخطاب الاتصالي للمجمع مما يعزز حضوره كمصدر موثوق ورائد في كل ما يتعلق باللغة العربية عالمياً.

بناء بيئة تواصل مستدامة تعزز الشراكات الثقافية والعلمية وتدعم تحقيق مستهدفات رؤية السعودية 2030 في تمكين اللغة العربية.

تحسين الصورة الذهنية للمجمع محلياً ودولياً
والانتقال من دور أكاديمي ضيق إلى دور شام
جامع للمجالات الثقافية وال الرقمية والتكنولوجية.

رفع مستوى التفاعل مع الفئات المستهدفة (الجهات الحكومية، المؤسسات الثقافية، الإعلان الأكاديميون، المتعلمين بالعربية...) عبر محتوى موجه وقنوات فعالة.

تمكين فرق المجمع من إدارة الاتصال المؤسسي بفاعلية واستباقية، مع جاهزية عالية للتعامل مع القضايا الإعلامية أو التحديات الطارئة.



نرحب بفرصتة
التعاون معكم!

