

## السياريو

تقوم شركة "وو دين" بتصنيع الأثاث الخشبي للصالات وغرف الطعام، بما في ذلك طاولات القهوة وأرفف الكتب وخزائن التخزين.

## المهمة

أنت بحاجة إلى إعداد خطة لحملة إعلامية للتواصل مع أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين للشركة.

يمكن أن تشمل الحملة:

- طرق التسويق غير المباشر لزيادة التفاعل مع العملاء والعملاء المحتملين
- إعلانات التسويق المباشر لجذب العملاء المحتملين
- تفاصيل المبيعات الحالية التي قامت بها الشركة.

لقد تم تزويدك ببيانات المبيعات التالية التي يمكنك استخدامها في حملتك. يجب عليك أيضًا جمع البيانات الأخرى ذات الصلة لدعم حملتك.

تُظهر بيانات المبيعات قيم المبيعات الربع سنوية بآلاف الدولارات.

2022						2021	
الربع الرابع	الربع الثالث	الربع الثاني	الربع الأول	الربع الرابع	الربع الثالث	الربع الثاني	الربع الأول
\$245	\$249	\$248	\$250	\$251	\$255	\$256	\$254

ينبغي أن توفر خطتك تفاصيل عن:

- أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين الذين ستستهدفهم في الحملة الإعلامية. يجب أن تُظهر أنك فهمت احتياجات واهتمامات جمهورك المستهدف.
- اختيار المنصات والوسائط التي ستستخدمها لحملةك الإعلامية. ستحتاج إلى شرح سبب اختيارك لهذه المنصات والوسائط.
- استراتيجيات الكلمات الرئيسية التي ستستخدمها في الحملة.
- الخطط التي وضعتها للمحتوى الذي ستستخدمه (على سبيل المثال، القصص المصورة للعروض التقديمية أو مقاطع الفيديو التي تخطط لإنشائها).
- جدول النشر الذي تنوي استخدامه.

## نصائح

- استخدم الطرق المناسبة لتخطيط المحتوى الخاص بك. تذكر أنه في مرحلة التخطيط لا تحتاج إلى إعداد المحتوى نفسه. ما عليك سوى إنشاء خطط أو تصميمات (مثل القصص المصورة) وتحديد جداول النشر الخاصة بك.
- ضع في اعتبارك أنك ستحتاج إلى تنفيذ كل ما تخطط له في هذه المرحلة من التقييم النهائي. لذلك لا تخطط لأي شيء طموح للغاية أو يتجاوز مستوى مهاراتك الحالي.

إن مفتاح إنشاء خطة فعالة هو تحديد أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين بوضوح ومعرفة ما الذي سيجذبهم. تحتاج أيضًا إلى التأكد من أنك:

- تقدم تفاصيل عن الطرق التي ستستخدمها للتواصل. تذكر أنه من المحتمل أنك ستختار طرقًا مختلفة للتواصل مع أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين. وتحتاج أيضًا إلى تحديد سبب اختيارك لكل طريقة. عادةً ما يكون هذا بسبب أن الطريقة والمحتوى سيجذبان أنواع أصحاب المصلحة المحددين.

## استكشف المزيد

قدمًا في الحملة. فكر في المعلومات ذات الصلة ومستوى التفاصيل اللازمة للسماح باستخدام الخطة لهذه الأغراض.

وإضافة إلى توفير نقطة انطلاق لتنفيذ الحملة الإعلامية، يمكن أيضًا استخدام خطة جيدة حقًا لتقديمها إلى كبار المدراء للحصول على موافقتهم قبل المتابعة. كما يمكن أيضًا استخدامها من قبل شخص آخر غيرك للمضي

## \*خطة الحملة الإعلامية لشركة تصنيع الأثاث\*

أصحاب المصلحة:

داخليين: الموظفون، الإدارة.

خارجيين: العملاء الحاليون والمحتملون، الموردون، الشركات المتخصصة في الديكور.

احتياجات الجمهور:

تصميمات عصرية وجودة عالية.

أسعار تنافسية وخدمات متميزة.

المنصات والوسائط:

وسائل التواصل الاجتماعي: إنستغرام وفيسبوك لعرض المنتجات.

الموقع الإلكتروني: لتحسين تجربة المستخدم والشراء المباشر.

البريد الإلكتروني: لإرسال النشرات والعروض.

استراتيجيات الكلمات الرئيسية:

أثاث خشبي فاخر، تصميم عصري، غرف طعام، طاولات قهوة.

طرق التسويق غير المباشر:

المحتوى التعليمي عبر المدونات والفيديوهات، تنظيم ورش عمل في المتجر.

خطط المحتوى

قصص مصورة: تصميمات المنتجات

مقاطع فيديو: جولات في المصنع وتقديم المنتجات

## إعلانات التسويق المباشر

استخدام إعلانات فيسبوك وإنستغرام لاستهداف العملاء المحتملين.

### بيانات المبيعات:

- \*2021:\* Q1: \$245, Q2: \$249, Q3: \$248, Q4: \$250

- \*2022:\* Q1: \$251, Q2: \$255, Q3: \$256, Q4: \$254

### جدول النشر:

النشر 3 مرات أسبوعياً على وسائل التواصل، وتحديث المحتوى شهرياً على الموقع