

خطة تسويق

MEEM HOLDING

ميمم القابضة

مهمتنا هي تحسين الظهور علي منصات التواصل الإجتماعي وزيادة الإنتشار عن طريق خطة تسويقية احترافية لخدمات الشركة بإستراتيجيات مناسبة ومحتوي وتصميمات مبتكرة وحديثة واستهداف صحيح للجمهور المناسب .

SOSTAC Model

- Situation Analysis تحليل الأوضاع الحالية
- Objectives الأهداف
- Strategy الإستراتيجية
- Tactics التكتيكات
- Action المهام و الخطوات
- Control المتابعة و القياس

Situation Analysis

تحليل الوضع الحالي للشركة

SOSTAC

Internal Situation Analysis

تحليل الوضع الداخلي للشركة

1- Website Analysis

تحليل الموقع الإلكتروني

سيتم إنشاء موقع إلكتروني احترافي باسم "مجموعة ميم القابضة" ليكون المنصة الرسمية الرقمية للمجموعة.

يُصمم الموقع بأسلوب بسيط وراقي يعكس هوية المجموعة و يعمل باللغتين العربية و الانجليزية ، ويحتوي على:

- واجهة رئيسية تبرز رؤية المجموعة ورسالتها.

- صفحة تعريفية بكل شركة تابعة، مع عرض الشعار، نبذة تعريفية، وروابط مباشرة لمواقع أو صفحات

الشركات التالية:

- ميم للاستيراد والتصدير

- ميم للتطوير

- مؤسسة ماجد طيب للمقاولات

- LANEX

- New Vision

- قوة حضور

- أقسام مخصصة للخدمات والمشاريع والأخبار، مع صور وفيديوهات.

- نموذج تواصل، زر واتساب، وروابط السوشيال ميديا لتسهيل التفاعل مع العملاء



2-Analysis of Social media platform

تحليل منصات وسائل التواصل الاجتماعي

A l l A c c o u n t s

الوضع الحالي:

- الحساب الرسمي الوحيد المتوفر حاليًا لمجموعة ميم القابضة هو على منصة LinkedIn فقط، مما يُضعف الحضور الرقمي ويقلل فرص الوصول للجمهور الأوسع.

الإجراء المطلوب:

- إنشاء حسابات رسمية موحدة وهوية متناسقة على المنصات التالية
- توحيد الهوية وتنسيقها على منصات وسائل التواصل الاجتماعي من خلال توحيد الالوان وتنسيقها وربط التصميم ببعضها للإظهار شكل متناسق وعصري
- اظهار و ابراز الخدمات التي تقدمها الشركة بشكل احترافي لنعكس بها مدي إحترافية الشركة
- إنشاء رابط واحد يحتوي على كافة الروابط الخاصة بالشركة للحفاظ على المظهر الجمالي للمنصة
- توفير محتوى احترافي (تسويقي للشركة - تعليمي للجمهور المستهدف - تفاعلي كالمسابقات)

نوع المحتوى المتوقع	الغرض	المنصة
صور المشاريع، الفعاليات، قصص الشركات، فيديوهات موشن	منصة مرئية تسويقية بصرية	Instagram
فيديوهات قصيرة خلف الكواليس، مشاريع، شرح خدمات بطريقة ممتعة	استهداف فئة الشباب وخلق محتوى تفاعلي	TikTok
تغريدات قصيرة، أخبار، آراء قيادية، تحديثات رسمية	تواجد رسمي + أخبار سريعة + هوية سعودية	Twitter (X)
محتوى فوري من قلب الأحداث	تغطيات حية للفعاليات والعروض	Snapchat
فيديو تعريفى عن المجموعة، قصص النجاح، تغطيات المؤتمرات	مكتبة فيديوهات احترافية	YouTube

الملاحظات	تاريخ الإنشاء المقترح	نوع المحتوى المتوقع	الهدف الرئيسي	المنصة
يحتاج تطوير البايو والمحتوى بشكل منتظم	موجود ✓	أخبار، إعلانات رسمية، قصص نجاح، مشاريع	الحضور الرسمي والمهني	LinkedIn
الهوية البصرية تكون موحدة مع الموقع	خلال الأسبوع الأول	صور المشاريع، تصاميم، فيديوهات، قصص يومية	تسويق بصري وتعزيز الهوية	Instagram
يُستخدم بأسلوب إبداعي يجذب الشباب	خلال الأسبوع الثاني	فيديوهات قصيرة (خلف الكواليس، توثيق، موشن)	محتوى ترفيهي وتفاعلي لجذب جمهور جديد	TikTok
نبرة رسمية وذكية مع الطابع السعودي	خلال الأسبوع الثالث	تغريدات، أخبار، صور خفيفة، إعلانات، آراء قيادية	منصة سريعة للأخبار والتواصل	Twitter (X)
يتم ربطه بفعاليات ومناسبات المجموعة	خلال الأسبوع الرابع	فيديوهات من قلب الحدث، تغطيات مباشرة، إعلانات	توثيق الفعاليات والعروض الفورية	Snapchat
تنسيق المحتوى بجودة عالية وربطه بالموقع	خلال الشهر الثاني	فيديو تعريف، مقابلات، تغطية مؤتمرات، موشن جرافيك	مكتبة مرئية احترافية	YouTube

الوصف	الخطوة
توحيد الشعار، الألوان، البايو، والنمط البصري لجميع الحسابات	تصميم هوية بصرية موحدة
أو تصميم صفحة روابط خاصة Linktree استخدام أدوات مثل	ربط الحسابات برابط موحد
تخصيص نوع وجدول المحتوى بما يتناسب مع طبيعة الجمهور في كل منصة	جدولة خطة محتوى شهرية لكل منصة
عبر واتساب أو البريد الإلكتروني لسهولة تواصل العملاء	تفعيل زر التواصل المباشر

SWOT ANALYSIS

t	O	W	S
منافسة قوية من شركات موجودة فعليًا وبقوة على المنصات الرقمية ولديها قاعدة متابعين ضخمة.	إطلاق منصات تواصل اجتماعي احترافية على انستغرام، X (تويتس)، تيك توك وغيرها، مما يتيح الوصول المباشر للعملاء المحتملين	عدم وجود موقع إلكتروني يقلل من مصداقية الشركة عند العملاء المحتملين.	فريق عمل موهوب ومبدع في مجالات التصميم والتسويق وتنظيم الفعاليات.
تكاليف الإعلانات الرقمية قد تكون مرتفعة في البداية دون وجود قاعدة متابعين سابقة.	تصميم هوية بصرية متكاملة تعزز من مكانة الشركة كعلامة تجارية احترافية في السوق السعودي.	عدم التواجد على منصات التواصل الاجتماعي يجعل من الصعب الوصول للجمهور المستهدف.	خبرات محلية في السوق السعودي تجعل الخدمات ملائمة للذوق والثقافة المحلية.
صعوبة إثبات الموثوقية في ظل غياب موقع إلكتروني أو سابقة أعمال منشورة.	النمو المستمر في استخدام المنصات الرقمية في المملكة، ما يسهل الوصول للجمهور المستهدف	ضعف الهوية البصرية الحالية أو عدم وضوحها يحد من التميّز أمام المنافسين.	خدمة عملاء مرنة وسريعة الاستجابة مما يعزز من رضا العملاء الحاليين.
احتمالية تكرار المحتوى أو ضعف التفاعل إذا لم يتم إدارة حسابات التواصل بشكل احترافي.	الطلب المتزايد على تنظيم الفعاليات الرقمية والحضورية خاصة بعد عودة الأنشطة الاجتماعية في السعودية.	نقص المحتوى التسويقي الرقمي مثل الفيديوهات التعريفية أو المشاريع السابقة.	القدرة على تقديم خدمات مخصصة (tailored) حسب طلب العميل مثل باقات تصميم أو فعاليات خاصة.
بعض الفعاليات قد تتطلب ترخيصات رسمية أو شراكات مع جهات حكومية.	استخدام الحملات الإعلانية بالذكاء الاصطناعي لاستهداف شرائح محددة من العملاء في السعودية و الشرق الاوسط	عدم وجود نظام تسويقي منتظم أو خطة نشر واضحة.	سهولة التوسع في الخدمات بدون الحاجة لاستثمار كبير في البنية التحتية.

Objectives

الأهداف

SOSTAC

مؤشر الأداء (KPI)	المدة الزمنية	الهدف	نوع الهدف
إطلاق 5 حسابات نشطة	1 شهر	إنشاء حسابات فعالة على X , LinkedIn , TikTok، Instagram	قصير المدى
إطلاق 5 حسابات نشطة	30 يوم	انتاج اول ثلاث فيديوهات تعريفية كل فيديو 60 ثانية	قصير المدى
اطلاق موقع	شهرين	إنشاء موقع الكتروني مناسب و متكامل	قصير المدى
عدد المتابعين	3-6 أشهر	الوصول إلى 6000 متابع على Instagram	قصير المدى
عدد التعاونات	6-12 شهر	التعاقد مع مؤثرين لتغطية الفعاليات	متوسط المدى
حجم المبيعات، الطلبات	12 شهر	ترسيخ العلامة التجارية وزيادة المبيعات	طويل المدى

Strategy

الإستراتيجيات

SOSTAC

الاستراتيجية	العنصر
تقسيم حسب الاهتمام (مستثمرين - رواد أعمال - عملاء تسويق) من السوق السعودي	تقسيم الجمهور
التركيز على Instagram -TikTok للانتشار، LinkedIn للهوية الاحترافية	قنوات التواصل
الردود البسيطة من خلال فريق خارجي مؤقت أو أدوات أتمتة	أسلوب التفاعل
محتوى مرئي (فيديو + تصاميم) - نشر مشاريع ناجحة - إنفوجرافيك تعليمي	المحتوى
مشاركة شهادات العملاء - عرض المشاريع السابقة - قصص مصورة من الفعاليات	بناء الثقة
سيتم إنشاء أيضاً حملات اعلانية مستهدفة بنسبة من 25 - 35 % من ميزانية الحملة الشهرية المقدرة سيتم نشر الحملة علي (انستقرام - سناب شات - تيك توك - إكس)	
نسبة تقريبية لكيفية تقسيم ميزانية الحملات	نوع الحملات التي سيتم تفعيلها
نسبة 60%	حملات تسويقية وعروض او غير ذلك من المحتوى التسويقي
نسبة 25%	حملات تفاعل مع المحتوى المقدم علي منصات التواصل الاجتماعي لزياد الانتشار و المتابعين
نسبة 15%	تقديم 15% من المحتوى علي شكل محتوى تفاعلي كأسئلة ومسابقات و استطلاعات رأي

العمليات الإعلانية

الدولة / المنطقة	الفئة المستهدفة	الاهتمامات الرقمية	نوع الحملة المناسب	المنصات المقترحة	ملاحظات إعلانية
المملكة العربية السعودية	رواد أعمال - شركات - مصممون	تسويق - تطوير - فعاليات	بناء هوية + توعية + جمع عملاء	Instagram - LinkedIn - Google Display	كبر مدينة تحويلًا - تحتاج حملة رسمية وإبداعية
	شباب - مؤثرون - ناشطون رقميًا	محتوى بصري - تغطيات - ترفيه	Reels محتوى جذاب + فيديوهات	TikTok - Instagram - Snapchat	هور سريع التفاعل - يفضل الفيديو والمحتوى ال
	شركات - رجال أعمال - قطاع صناعي	تطوير مشاريع - B2B تسويق	B2B إعلانات رسمية + حملات	LinkedIn - Google Display - Twitter	مناسب للمحتوى الاحترافي والتقني
	جمهور شبابي + حج/عمرة + خدمات عامة	توثيق - تصوير - مناسبات	فيديوهات قصيرة + إعلانات قصصية	Instagram - Snapchat - TikTok	ضل ربط الإعلان بالمناسبات الدينية أو الاجتماعي
الإمارات	رواد أعمال - وكالات - مؤسسات كبرى	تطوير - مؤتمرات - تكنولوجيا	محتوى رسمي + بناء ثقة + عروض	LinkedIn - Instagram - Google	السوق متنوع ويتطلب لغة احترافية وموثوقة
قطر	وزارات - شركات - فعاليات كبرى	التسويق الرسمي + المشاريع الضخمة	حملات إعلانية فاخرة	Twitter - LinkedIn - Google Display	مناسبة لحملات موجهة ومحددة الجمهور
الكويت	شباب - مشاريع متوسطة - أفراد	تجارة إلكترونية - تصميم - فيديوهات	ترويج خدمات + محتوى ترفيهي	Instagram - TikTok - Snapchat	الأفضل استخدام الفيديو القصير والمسابقات
مصر	مصممون - رواد أعمال - فريланسرز	تعليم - محتوى - حلول تسويقية	فيديوهات تعريفية + خدمات	TikTok - Instagram - YouTube	تكاليف منخفضة وتحويل عالي على الفيديو
البحرين	شركات - وكالات تسويق - أفراد	باقات - مشاريع ناشئة	حملة رسائل + إعلانات العروض	LinkedIn - X - Google Ads	LinkedIn الجمهور المهني فعال جدًا عبر
عمان	مؤثرون - فنيون - قطاع خدمات	فعاليات - تصوير - علاقات عامة	تعاون مؤثرين + فيديوهات قصيرة	Instagram - YouTube - TikTok	يفضل أسلوب الإعلان القصصي المرن

البداية ستكون بالمملكة العربية السعودية ستكون هذه المرحلة الاولى المرحلة الثانية التوسع بالشرق الاوسط

التفاصيل	الفئة
22 - 45 سنة	الفئة العمرية
كلا الجنسين	الجنس
ريادة الأعمال، تنظيم الفعاليات، التسويق الرقمي، التصميم الجرافيكي	الاهتمامات
السعودية + الخليج (الإمارات - الكويت - قطر - البحرين - عمان) + مصر	الموقع الجغرافي
استخدام عالي للإنستقرام، تيك توك، لينكدإن - يتفاعلون مع الفيديو والصور	السلوك الرقمي
توعية بالعلامة، خدمات مخصصة، محتوى مرئي احترافي	الاحتياجات

ملاحظات	كيف يُقاس؟	القيمة المتوقعة	المؤشر الرئيسي
Instagram و تيك توك محركات النمو	عبر Insights / Metricool	6,000 - 4,000+	المتابعين الجدد
يحدد نغمة الصوت المناسبة للحملة	نسبة الإعجابات + التعليقات	< 8% على Instagram	التفاعل الشهري
يبدأ من الأسبوع 5	Google Analytics / Bitly / Meta	700+ - 1,000 زيارة	عدد زيارات الموقع
يعتمد على CTA وجودة المحتوى	Inbox + رسائل مباشرة + استمارات	30 - 50 استفسار	عدد الاستفسارات والطلبات
تؤدي للحجوزات أو الطلبات	CRM أو جداول متابعة	10 - 20 صفقة أولية/استشارة	فرص بيع محتملة (Leads)
يمنح أفضلية تنافسية بالمجال	ارتفاع عدد الذكر + التفاعل	بناء ثقة + حضور رقمي ثابت	القيمة السوقية للعلامة

المنصة	نوع الإعلان	الميزانية المخصصة (ريال سعودي)	المدة	ملاحظات
Instagram	Reels + Carousel	800	30 يوم	أعلى تفاعل بصري
Snapchat	فيديو قصير + Story	500	30 يوم	فعّال في الفعاليات والعروض
Twitter (X)	تغريدات ممولة	300	30 يوم	لتعزيز الحضور المهني
Google Display	إعلانات بانر على المواقع + يوتيوب	400	30 يوم	لاستهداف دقيق وإعادة استهداف

المؤشر الرئيسي	القيمة المتوقعة	آلية القياس	أثر مباشر على
عدد المتابعين الجدد	6,000 - 4,000	Meta Insights / TikTok Analytics	بناء جمهور
معدل التفاعل	8%	إجمالي الإعجابات + التعليقات / عدد المتابعين	شهرة العلامة
عدد زيارات الموقع	1,000 - 700 زيارة	Google Analytics + Bitly	جذب عملاء
عدد الرسائل والاستفسارات	50 - 30	Instagram Inbox + استمارات الاتصال	عملاء محتملين
العملاء المحتملون (Leads)	20 - 10 صفقة أو استشارة	متابعة عبر CRM أو GoHighLevel	مبيعات أولية

الملاحظات	إجمالي الدخل (ريال)	سعر الخدمة (ريال)	التوقع الكمي	البند
يتم تحويل جزء منها لعملاء فعليين	-	-	20 - 10	استفسارات مؤهلة (Leads)
نسبة تحويل تقديرية 30%	-	-	3 - 6 عملاء فعليين	عدد العملاء المتوقع تحويلهم
باقات تصميم أساسية	1,600	800	2 عملاء × 800 ريال	خدمة تصميم جرافيكي
باقات صغيرة/متوسطة	3,000 - 6,000	3,000	1 - 2 فعاليات × 3,000 ريال	خدمة تنظيم فعاليات
إدارة لمدة شهر	3,000	1,500	2 عملاء × 1,500 ريال	باقة إدارة حساب إنستغرام
بحسب الطلب	800 - 1,600	800	1 - 2 فيديو × 800 ريال	فيديوهات موشن
من حملة تكلفتها 2,000 ريال فقط	8,400 - 12,200 ريال سعودي	-	-	إجمالي العائد المادي
ممتاز جدًا كبداية	320% - 510%	-	-	العائد على الاستثمار (ROI)

المرحلة الأولى: التحضير (أسبوع 1-2)

الوصف	الخطوة
تحليل ما تنشره الشركات المنافسة - نوع المحتوى + نغمة الخطاب	دراسة السوق والمنافسين
استخدام Google Trends + Meta Audience Insights	تحديد الجمهور بدقة
توحيد الألوان + الشعار + صيغة نغمة الصوت	كتابة الهوية اللفظية والبصرية
كتابة وصف الخدمة، العناوين الجذابة، تعريف القيم المضافة	كتابة المحتوى التسويقي
البحث بالكلمات عبر Google Keyword Planner + Ubersuggest	اختيار الكلمات المفتاحية
تصميم المنشورات + فيديوهات قصيرة باستخدام Ps / Ai/ CapCut / Canva	إنشاء الأصول البصرية
إنشاء أو تحسين الحسابات وربطها بالأدوات التحليلية (Pixel + GA)	تجهيز الصفحات / حسابات الإعلانات

المرحلة الثانية: التنفيذ والتشغيل (أسبوع 3-5)

الوصف	الخطوة
بدء حملة بميزانية 300 ريال لمعرفة التفاعل الأولي	إطلاق الحملة التجريبية
استخدام Metricool + Meta Ads Manager يوميًا	تتبع الأداء وتحليل النتائج
فريق يرد على الاستفسارات خلال ساعتين كحد أقصى	التفاعل والردود الفورية
تعديل الفيديوهات / تصميمات حسب أفضل أداء أسبوعي	تكييف المحتوى بناءً على الأداء
استخدام GoHighLevel + نماذج التواصل / روابط Linktree	جمع بيانات العملاء المحتملين
إعداد محتوى الأسبوع الثاني + رفع الميزانية تدريجيًا	الإعداد لتوسيع الحملة

Tactics

التكتيكات

SOSTAC

نوع المحتوى	المنصة	نوع النشر	التكرار
فيديوهات قصيرة (30 ثانية)	تيك توك	ترفيهي + توعوي + خلف الكواليس	12 مرات/أسبوع
منشورات تصميم وهوية	لينكدإن - انستغرام - تويتر	احترافي + تعريفي	20 منشورات/أسبوع
عروض وخدمات	سناب شات	تفاعلي + مبيعات	10 مرات/أسبوع
محتوى تعليمي (كاريزما السوق)	تويتر	تغريدات مكتوبة	6 أسبوعيًا
حملات إعلانية ممولة	Meta Ads	حسب الفئة الجغرافية والسلوكية	مستمرة شهريًا

Action & Steps

المهام و الخطوات

SOSTAC

المهام التنفيذية	الأسبوع
إطلاق Instagram + تصميم الهوية البصرية الموحدة + تحديد نغمة الصوت	الأسبوع 1
إنشاء TikTok + إعداد خطة محتوى للفيديوهات القصيرة + إنشاء الحسابات (Snapchat - Twitter - LinkedIn - Instagram)	الأسبوع 2
إطلاق Twitter (X) + أول تغريدة رسمية + إعداد خطة المحتوى لأول 4 أسابيع	الأسبوع 3
إعداد أول فيديو تعريفى مدته دقيقة ونشره على Instagram و LinkedIn + إطلاق أول حملة ممولة (300 ريال كاختبار)	الأسبوع 4
إطلاق الموقع الرسمي للمجموعة + نشر روابط الموقع على جميع المنصات	الأسبوع 5
بدء التفاعل مع الجمهور والرد على التعليقات والرسائل	الأسبوع 6
التواصل مع مؤثرين وتقييم فرص التعاون أو الشراكة الإعلامية	الأسبوع 8
إعداد هيكل الموقع الإلكتروني الداخلي + تجهيز محتوى الصفحات التعريفية	الأسبوع 10
تحليل الأداء لجميع المنصات وضبط الإستراتيجية الإعلامية بناءً على النتائج والتحليلات	الأسبوع 12

C o n t r o l

المتابعة و القياس

SOSTAC

KPI (Key Performance Indicator)

المؤشر	الأداة	الهدف الشهري	آلية التحليل
عدد المتابعين الجدد	Insights / Metricool	2,000+ متابع شهريًا	تحليل النمو مقارنة بالمحتوى
معدل التفاعل	Meta Insights	<5% من إجمالي الجمهور	مقارنة تفاعل كل منشور
عدد النقرات على الرابط	Bit.ly / Linktree	+500 شهريًا	مقارنة المنصات الأعلى فعالية
عدد الطلبات أو الرسائل	Direct / Inbox	≤10 استفسارات أسبوعيًا	تحليل طبيعة الأسئلة لتوجيه الحملة
جودة الحملات الإعلانية	Meta Ads Manager	CTR > 2%	تحليل أداء الحملة وتعديل التصميم أو النص

PLAN B

يتم تفعيلها في حال عدم تحقيق 50% من الأهداف خلال أول 3 أشهر

ملاحظات	مدة التنفيذ	الإجراءات التصحيحية	الهدف	المحور
إعداد تقرير تفصيلي ومشاركته مع الفريق	الأسبوع 1	استخدام أدوات التحليل (Meta Insights - TikTok Analytics - Google Analytics) لاستخراج المؤشرات	فهم نقاط الضعف وتحليل الفجوات	تحليل دقيق للأداء
تحديث خطة المحتوى وجدول النشر	من الأسبوع 2 إلى 4	رفع المحتوى التفاعلي بنسبة 30% + إدخال تنسيقات جديدة (Reels - القصص - الكواليس)	زيادة التفاعل بنسبة ملحوظة	تعديل المحتوى والاستراتيجية
متابعة النتائج يوميًا وتعديل الإستراتيجية عند الحاجة	طوال الشهر الأول	مراجعة الشرائح المستهدفة + تنفيذ حملات A/B + زيادة الميزانية مؤقتًا بنسبة 15%	رفع كفاءة الحملات وتحقيق نتائج أسرع	تحسين الاستهداف الإعلاني
يُفضل التركيز على المؤثرين المحليين	من الأسبوع 3 إلى 6	عقد شراكات قصيرة مع Micro-Influencers ذوي تفاعل فعلي ضمن الفئة المستهدفة	تعزيز الوصول والمصداقية	التعاون مع مؤثرين متخصصين
مراجعة أسبوعية مستمرة لتقييم أداء القناة وثبيت التوجه	من الأسبوع 2 حتى نهاية الخطة	تحديد المنصة الأعلى أداءً + تحويل الميزانية والمحتوى الإبداعي نحوها	مضاعفة العائد من الاستثمار الرقمي	تركيز الجهود على قناة فعالة

مدة التنفيذ

من 4 إلى 8 أسابيع، مع مراجعة أسبوعية دقيقة لتعديل المسار ورفع الأداء وفق المعطيات الواقعية.