

خطة تسويق

NOON SPA

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 وتطبيق هاتف احترافي يحمل اسم "NOON SPA" ليكون المنصة الرقمية الرسمية لخدمة الـ Home Service Spa. يُصمّم الموقع بأسلوب أنيق وبسيط يعكس هوية العلامة ويعمل باللغتين العربية والإنجليزية، بهدف توفير تجربة مستخدم سلسة ومريحة.

يتضمن الموقع أقساماً رئيسية تشمل:

الصفحة الرئيسية: تحتوي على تعريف شامل بخدمة NOON SPA ورؤيتها في تقديم الرفاهية المنزلية.

صفحة الباقات و الخدمات: توضح أنواع الجلسات والعلاجات المتاحة بأسلوب واضح وسلس.

صفحة العروض والكوبونات: لتقديم خصومات وعروض موسمية تحفّز الزوار على الحجز.

صفحة الحجز: تُمكن العملاء من حجز جلساتهم بسهولة عبر واجهة استخدام مريحة ومباشرة.

صفحة التواصل والموقع: تشمل وسائل التواصل الاجتماعي الرسمية، رقم خدمة العملاء، والموقع الجغرافي

للخدمة."

2-Analysis of Social media platform

تحليل منصات وسائل التواصل الاجتماعي

Two Accounts

• "ضمن استراتيجية الظهور الرقمي الشامل لعلامة NOON SPA، سيتم إطلاق حسابات رسمية موحدة على جميع منصات التواصل الاجتماعي الرئيسية (Instagram, TikTok)، مع توحيد الهوية البصرية من حيث الألوان، الأسلوب، ونمط التصميم لخلق تجربة متكاملة وراقية تعكس احترافية الخدمة وتُرسّخ صورة العلامة في ذهن الجمهور.

• سيتم ربط جميع المنصات برابط موحد (Link in bio) يحتوي على كافة الروابط المهمة (الحجز، الباقات، العروض، الموقع، التطبيق)، مما يعزز المظهر الجمالي ويوفر سهولة الوصول للمستخدم.

• الهدف من هذه الخطوة ليس فقط رفع معدل التفاعل، بل تحويل NOON SPA إلى علامة رائدة في مجال الـ Home Service Spa عبر المملكة، وليس فقط في جدة، من خلال محتوى متنوع يشمل:

• محتوى تسويقي احترافي يعكس جودة الخدمات.

• محتوى تعليمي يثقف الجمهور المستهدف بالعناية الذاتية والرفاهية المنزلية.

• محتوى تفاعلي مثل المسابقات والاستطلاعات لتعزيز التفاعل وبناء مجتمع رقمي نشط.

• بهذا التوجه نبتعد عن الاكتفاء بحضور محدود كما تفعل بعض المنافسات المعتمدات فقط على منصة

إنستغرام، ونتجه نحو حضور رقمي قوي وشامل يواكب تطلعات جمهورنا المستهدف على امتداد مناطق

المملكة."

المنصة	الغرض الرئيسي	أنواع المحتوى المقدم
Instagram	إبراز الهوية البصرية وبناء مجتمع تفاعلي بصري جذاب	توعوية وتعليمية- عروض وكوبونات Home Spa- Reels صور وفيديوهات جلسات - حصريّة- ستوري تفاعلي (أسئلة، تصويّات، خلف الكواليس)- محتوى جمالي موحّد
TikTok	الانتشار السريع والتفاعل مع الجيل الجديد من الجمهور	فيديوهات قصيرة قبل/بعد الجلسة- تحديات ومسابقات مرتبطة بالعناية الذاتية- - محتوى "منزلي" يعكس الراحة والرفاهية- نصائح سريعة وأدوات يومية
Linktree / Link in Bio	تنظيم الوصول لكافة الروابط من مكان واحد للحفاظ على الهوية والسهولة	رابط الحجز- تحميل التطبيق- الباقيات والعروض- الحسابات الاجتماعية- التواصل - والدعم الفني

الأسبوع	المهام الأساسية	المنصة	اسم الحساب	ملاحظات تنفيذية
1	WhatsApp فتح الحسابات الرسمية + ربط للحجز	Instagram	@noonspa	الحساب الرئيسي - يعكس الهوية البصرية - يتم تجهيز المحتوى المبدئي للنشر
		TikTok	@noonspa.tok	منصة للتفاعل السريع - تجهيز محتوى مرئي باستخدام موسيقى وصيغ تحرير جذابة
2	Reels + (نشر أول 6 فيديوهات قصيرة TikTok)	Instagram	@noonspa	فيديوهات تعريف بالخدمة والباقات - بصيغة قبل/بعد - محتوى تجريبي لقياس التفاعل
		TikTok	@noonspa.tok	محتوى سريع الانتشار - استخدام ترند صوتي ومونتاج بسيط
3	إطلاق الحملة الإعلانية بميزانية 1500 ريال	Instagram / TikTok	الحسابات أعلاه	الإعلان يُركّز على "عرض الجلسة الأولى بـ99 ريال" + باقات التوفير
	تحليل الأداء - اختيار أقوى محتوى لتكراره في Reposting Plan) خطة التكرار	جميع المنصات	حسب الأداء الأفضل	يتم تحديد أفضل فيديو أو تصميم حسب التفاعل، ويعاد استخدامه بتعديل بسيط للأسبوع التالي

الوصف التنفيذي الاحترافي	الخطوة
إنشاء نظام بصري متكامل يشمل: الشعار، لوحة الألوان، نوع الخط، أسلوب الصور، وأنماط الفاخرة وتبني صورة ذهنية متماسكة NOON SPA التصوير، لتعكس تجربة	تصميم هوية بصرية موحّدة
يعكس جوهر الخدمة، مع تثبيت نفس (Bio) استخدام شعار موحد وصياغة وصف احترافي الألوان والعناصر البصرية في جميع الحسابات لخلق انساق قوي في تجربة العميل الرقمي	توحيد الشعار والبايو والألوان
أو تصميم صفحة روابط خاصة تحمل الطابع Linktree إنشاء رابط موحّد عبر أدوات مثل البصري للعلامة، تشمل روابط الحجز، التطبيق، العروض، ووسائل التواصل	ربط الحسابات برابط موحّد
أو البريد الإلكتروني لتسهيل الوصول WhatsApp ربط جميع المنصات بزر "تواصل معنا" عبر الفوري لخدمة العملاء وطلب الحجز أو الاستفسار بطريقة مباشرة وسلسة	تفعيل زر التواصل المباشر
وضع تقويم محتوى شهري يحتوي على أنواع المنشورات وتواريخ النشر حسب كل منصة مع مراعاة المناسبات والعروض الخاصة، (صور، قصص، فيديوهات، تغريدات، Reels)	جدولة خطة محتوى شهرية لكل منصة
YouTube، (تعليمي على) إعداد أنواع محتوى مخصص حسب سلوك الجمهور في كل منصة (Snapchat... تفاعلي على، Instagram بصري على، TikTok ترفيهي على)	تخصيص المحتوى حسب طبيعة المنصة
Instagram (خصوصًا) استخدام الحملات الممولة على المنصات المناسبة لتوسيع الانتشار مع استهداف دقيق حسب الموقع والاهتمام بنمط الحياة والرفاهية، (Snapchat و	إطلاق الحملات الإعلانية المتزامنة
اعتماد أدوات تحليلات لقياس تفاعل كل منصة، تتبع التحويلات، وتعديل الخطة شهريًا لتحقيق أقصى تأثير من حيث الوصول، الحجوزات، وبناء الولاء	قياس الأداء والتحسين المستمر

SWOT ANALYSIS

نقاط القوة (Strengths)	نقاط الضعف (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none">• ضعف في الظهور الفعلي حالياً (المرحلة التأسيسية).• (Social Proof) عدم وجود تقييمات اجتماعية من العملاء بعد.• الاعتماد الكلي على المنصات الرقمية دون تفعيل نقاط تواصل ميدانية.• غياب التعاون الفعلي مع مؤثرين أو شراكات حالية.	<ul style="list-style-type: none">• تقديم خدمة سبا منزلية احترافية بخصوصية وراحة تامة للعميل.• تصميم هوية بصرية موحدة راقية (شعار، ألوان، خط، نمط تصوير).• موقع إلكتروني وتطبيق ثنائي اللغة يسهلان الحجز ويعززان تجربة المستخدم.• خطة محتوى شهرية لكل منصة تراعي تنوع الجمهور (تعليمي، تفاعلي، تسويقي).• ربط ذكي للحسابات برابط موحد (Linktree أو صفحة مخصصة).• إطلاق حسابات رسمية على جميع المنصات بأسماء متناسقة.• توجه للتوسع على مستوى المملكة.
التحديات (Threats)	الفرص (Opportunities)
<ul style="list-style-type: none">• ارتفاع المنافسة مع مراكز التجميل التقليدية ذات العروض الميدانية.• تشبع بعض الفئات المستهدفة بخدمات مماثلة.• احتمالية تغييرات مفاجئة في خوارزميات المنصات أو سياسات الإعلان.• موسمية الإقبال على الخدمات وارتباطها بالعروض أو المناسبات.	<ul style="list-style-type: none">• نمو الطلب على خدمات الراحة والعناية المنزلية في المملكة.• ضعف التواجد الرقمي المتكامل لدى المنافسين.• سهولة استهداف العملاء عبر أدوات الإعلان الرقمي (Meta, TikTok, Snapchat).• فرصة لإطلاق برامج ولاء وباقات اشتراك طويلة المدى.• قابلية التوسع في خدمات مكملّة مثل منتجات العناية أو أدوات تجميل منزلية.

Objectives

الأهداف

SOSTAC

المدة الزمنية	مؤشرات الأداء الرئيسية – KPI	نوع الهدف	الهدف
متوسطة المدى (3-6 أشهر)	عدد الطلبات الشهري – معدل النمو الشهري للمبيعات	تشغيلي / بيعي	زيادة عدد الطلبات الشهرية على الخدمة بنسبة 30%
قصيرة المدى (1-3 أشهر)	Google Analytics: عدد الزيارات – مصادر الترافيك	رقمي / تسويقي	رفع عدد الزيارات للموقع والتطبيق بنسبة 50%
طويلة المدى (6-12 شهر)	عدد المتابعين – معدل النمو – معدل التفاعل (Engagement Rate)	تسويقي / جماهيري	زيادة عدد المتابعين على المنصات الاجتماعية إلى 100K متابع موثوق
متوسطة المدى (3-6 أشهر)	معدل التحويل في الموقع والتطبيق	بيعي / رقمي	تحقيق معدل تحويل (Conversion Rate) من الزوار إلى حجوزات بنسبة 8%
متوسطة المدى (3-6 أشهر)	معدل إتمام عمليات الحجز مقارنة بالمحاولات	تشغيلي / UX	تقليل معدل التخلي عن الحجز (Drop-off) بنسبة 25%
قصيرة المدى (1-2 شهر)	عدد الحسابات المنشّطة – نسبة توحيد الهوية (الشعار، الألوان، البايو، الروابط)	بنية رقمية / علامة	إطلاق حسابات على جميع المنصات وتوحيد الهوية البصرية بنسبة 100%
متوسطة المدى (4-6 أشهر)	عدد التقييمات الإيجابية على Google, Instagram, TikTok	سمعة / ولاء	جمع 100 تقييم إيجابي موثّق من العملاء (Social Proof)
طويلة المدى (6-12 شهر)	ROAS = الإيرادات من الإعلانات / تكلفة الإعلان	تسويقي / مالي	رفع نسبة العائد على الإنفاق الإعلاني (ROAS) إلى 4x
طويلة المدى (9-12 شهر)	معدل الرضا (NPS) – عدد العملاء في جدة – دراسات الجدوى للموقع الجديد	توسع جغرافي	التوسع إلى مدينة جديدة بعد نجاح جدة بنسبة رضا +90%

S t r a t e g y

الإستراتيجيات

SOSTAC

البند	الوصف التنفيذي الاستراتيجي
تقسيم الجمهور	يتم استهداف السوق السعودي بثلاث شرائح رئيسية:- العملاء الأفراد: باحثون عن الراحة والرفاهية في المنزل (نساء، موظفات، أمهات).- رواد الأعمال: باحثون عن شراكات، وكالات، أو امتيازات مستقبلية.- المستثمرون: محتوى موجه عن نمو السوق، فرص التوسع، والتقارير التحليلية.
قنوات التواصل الأساسية	Instagram - TikTok - : لبناء الانتشار والمحتوى البصري الجاذب.
أسلوب التفاعل	• الردود تتم بأسلوب ودّي ومختصر من خلال فريق خارجي مُدرّب في البداية. • استخدام أدوات أتمتة (مثل Manychat أو WhatsApp API) للرد الفوري على استفسارات الحجوزات والعروض.
نوع المحتوى	• محتوى مرئي جذّاب (تصاميم + TikToks + Reels). • قصص مصورة من الجلسات (Behind the scenes). • محتوى تثقيفي بصيغة إنفوجرافيك حول العناية الذاتية. • استعراض مشاريع أو جلسات ناجحة.
بناء الثقة والمصداقية	• مشاركة شهادات وتجارب العملاء على شكل فيديوهات قصيرة أو صور بتعليقات حقيقية. • عرض صور من الجلسات السابقة (بعد موافقة العميل). • توثيق بعض الفعاليات أو التعاونات المجتمعية.

نوع الحملة الإعلانية	نسبة من الميزانية الإعلانية	المنصات المستهدفة
حملات عروض وباقات تسويقية مباشرة (حوافز - خصومات - تسجيل)	50%	Instagram - Snapchat - TikTok
حملات تعزيز الانتشار وزيادة المتابعين والتفاعل	30%	TikTok - Instagram Reels - Snapchat Discover
محتوى تفاعلي مدفوع (أسئلة - استطلاعات - مسابقات - تحديات)	20%	Instagram Stories - TikTok - Snapchat Spotlight

العمليات الإعلانية

ملاحظات إعلانية	المنصات المقترحة	نوع الحملة المناسبة	الاهتمامات الرقمية	الفئة المستهدفة	الدولة / المنطقة
السوق الأعلى طلبًا - التركيز على الصور الفاخرة وتجارب العملاء الفعلية	Instagram, TikTok, Google Ads	حملات تحويل مباشرة (حجز خدمة) + حملات عروض موسمية	الرفاهية - التجميل - الراحة المنزلية - تجارب السبا	نساء - موظفات - أمهات - رائدات أعمال	جدة
محتوى ترفيهي/تفاعلي يجذب الانتباه - ربط بالحجز المباشر	TikTok, Instagram	حملات توعية بالعلامة + إعلانات تعاون مع مؤثرات محليات	التجميل - العناية بالبشرة - التفاعل مع العلامات الجديدة	سيدات أعمال - فاشنيستات - مدونات نمط الحياة	بقية المملكة
التركيز على جودة الخدمة وتوفير الخصوصية العالية في المنازل	Instagram, tiktok	حملات حجز وعروض مجمعة + محتوى مرئي توعوي	جلسات استرخاء - العناية الذاتية - خدمات منزلية	نساء عاملات - زوجات مغتربين - سكان مجمعات سكنية خاصة	
ضبط المحتوى بما يتناسب مع الطابع المحافظ والرمزي للمنطقة	Instagram, TikTok	حملات ترويج باقات بأسعار رمزية + حملات موسمية رمضان والحج	الراحة - الجمال - الاسترخاء بعد أوقات العمل	مقيمات - طالبات جامعات - موظفات في المؤسسات الخيرية والمستشفيات	
تقديم عروض "أول تجربة مجانية/ بخصم" لتحفيز الفئة المستهدفة	Instagram, tiktok	حملات توعية + إعلانات تقود للحجز التجريبي	الحياة الهادئة - الرعاية المنزلية - الخصوصية	نساء من الطبقة الوسطى - أسر محافظة	
محتوى محلي باللهجة الجنوبية - تعاون مع شخصيات محلية مصغرة (Micro-influencers)	TikTok, Instagram Reels	حملات تفاعل + استطلاعات رأي + بناء قاعدة جماهيرية	خدمات المنزل - الجمال - الراحة النفسية	نساء شابات - موظفات في القطاع الحكومي	
الترويج المكثف في أوقات المناسبات والعطلات الرسمية	instagram	حملات تعريفية بالعلامة + عروض قصيرة الأجل	البحث عن خيارات رفاية حديثة - عروض توفير	طالبات - موظفات - سيدات مجتمع	

آلية التنفيذ المحلي:

المرحلة الأولى: جدة (أول شهرين)

المرحلة الثانية: الرياض والدمام (شهر 3 و4)

المرحلة الثالثة: مكة - المدينة (شهر 5 و6)

المرحلة الرابعة: الجنوب والطائف (شهر 7 و8)

الوصف الرسمي المخصص للخدمة	العنصر
سنة 22 - 45	الفئة العمرية
كلا الجنسين، مع تركيز على النساء (الموظفات، رائدات الأعمال، الأمهات، الطالبات)	الجنس
الراحة المنزلية، العناية الذاتية، الجمال، تنظيم الوقت، الرفاهية، التطبيقات الخدمية، الصحة النفسية	الاهتمامات
المملكة العربية السعودية (جدة - الرياض - الدمام - مكة - المدينة - الطائف - أبها...) دول الخليج (الإمارات، الكويت، قطر، البحرين، عمان) جمهورية مصر العربية (الفئة الحضرية)	الموقع الجغرافي
يميلون للتفاعل مع محتوى مرئي احترافي، خصوصًا LinkedIn و Instagram، TikTok، Snapchat استخدام مرتفع لمنصات (Before/After) والتجارب الحقيقية (Reels، TikToks) الفيديوهات القصيرة	السلوك الرقمي
التعرّف على العلامة وخدمات السبا المنزلي لأول مرة- تجربة حجز سلسلة عبر التطبيق أو الموقع- محتوى بصري يعكس جودة الخدمة - واحترافية الطاقم- إشعارات بالعروض والتخفيضات- محتوى تفاعلي يخلق ارتباط وجداني بالعلامة	الاحتياجات الرقمية

ملاحظات تنفيذية	كيفية القياس	القيمة المستهدفة (الربع الأول)	المؤشر الرئيسي
معدل نمو واقعي لحساب جديد بميزانية إعلانات محددة وظهور متدرج	Instagram Insights / TikTok Analytics / Metricool	3,500 - 2,000+	عدد المتابعين الجدد
مقبول كبداية لحسابات جديدة تُبنى بالهوية البصرية والتفاعل التفاعلي	(الإعجابات + التعليقات + الحفظ + المشاركة) ÷ عدد المتابعين	7% - 5%	معدل التفاعل الشهري
معزز بالحملات المدفوعة على إنستغرام وسناب شات	Google Analytics / Bitly / Meta Pixel	600 - 400+ زيارة شهريًا	عدد زيارات الموقع / التطبيق
التفاعل المباشر مع CTA وتنوع قنوات الاتصال يُساعد في التحفيز	DM + رسائل WhatsApp + استمارات الحجز	35 - 20 استفسار شهريًا	عدد الاستفسارات والطلبات
تبدأ من المهتمين بالعروض، وتنتهي بحجز تجريبي أو جلسة أولى	CRM أو سجل حجز داخلي + تصنيف حسب الجاهزية	15 - 8 عميل محتمل	العملاء المحتملين (Leads)
يتحسن تدريجيًا مع تحسين تجربة المستخدم والواجهة	نسبة من زوار الموقع الذين أتموا عملية الحجز	5% - 3%	معدل التحويل إلى حجز
يمكن تحفيزها عبر خصومات مقابل التقييم أو هدايا رمزية بعد الخدمة	Google Reviews / Instagram Comments	15 - 10 تقييم شهريًا	عدد التقييمات الإيجابية
مؤشرات غير رقمية مباشرة ولكن تُقاس عبر تحليلات السمعة الرقمية (Social Listening)	متابعة عدد Mentions + نوع التفاعل العام	نمو ثابت في الذكر والانطباع العام	القيمة السوقية للعلامة

المنصة	نوع الإعلان	الميزانية المخصصة (ر.س)	المدة الزمنية	ملاحظات تنفيذية
Instagram	Reels + Carousel Ads	1,500 ر.س	30 يوم	المنصة الأهم بصريًا؛ تركز على الجمال والرفاهية؛ الأعلى في معدلات التحويل والتفاعل.
TikTok	فيديو إبداعي + Top View أو In-Feed	1,200 ر.س	30 يوم	تستهدف الفئة العمرية الصغيرة والمتفاعلة، مثالية لجذب الانتباه وانتشار سريع.
Google Display	بانرات مرئية + إعادة استهداف عبر المواقع	800 ر.س	30 يوم	فعالة جدًا في الوصول المتكرر (Retargeting) للزوار غير المتحولين للموقع أو التطبيق.

المؤشر الرئيسي	القيمة المستهدفة	آلية القياس	الأثر المباشر على
عدد المتابعين الجدد	2,000 - 3,500 متابع خلال 30 يوم	Meta Insights (Instagram) TikTok Analytics	بناء جمهور رقمي أولي مستهدف
معدل التفاعل (Engagement)	5% - 7% شهريًا	(إجمالي الإعجابات + التعليقات + المشاركات) ÷ عدد المتابعين	زيادة الوعي وتعزيز الثقة بالعلامة
عدد زيارات الموقع / التطبيق	400 - 600 زيارة شهريًا	Google Analytics Bitly Tracking Meta Pixel	توجيه الزوار نحو تجربة الحجز
عدد الرسائل والاستفسارات	15 - 30 استفسار شهريًا	Instagram DM WhatsApp Business استمارات الموقع	تحويل الجمهور المهتم إلى Leads
العملاء المحتملون (Leads)	5 - 10 عملاء محتملين شهريًا	CRM بسيط (/ Google Sheet / Excel (GoHighLevel	تحفيز الحجوزات المبدئية وزيادة الطلب

ملاحظات	إجمالي الدخل (ريال)	سعر الخدمة (ريال)	التوقع الكمي	البند
نتيجة عن حملات محتوى وحملات مدفوعة متعددة القنوات	-	-	15 - 30	(Leads) استفسارات مؤهلة
%نسبة تحويل تقديرية من 25% إلى 35	-	-	حجوزات فعلية 5 - 10	عدد العملاء المتوقع تحويلهم
جلسة واحدة / فرد	1,200	300	ريال 300 × 4	جلسة سبا منزلية فردية
خصم مخصص للحجوزات المجدولة	2,250	750	ريال 750 × 3	باقة 3 جلسات منزلية
تشمل خدمات إضافية مثل العناية بالبشرة أو المساج الكامل	2,400	1,200	ريال 1,200 × 2	منزلية (5 جلسات) VIP باقة
عروض لجذب العملاء الجدد لأول تجربة	450	150	ريال 150 × 3	جلسات تجريبية مخفضة
ترقية من جلسة فردية إلى باقة أو إضافة خدمة مكّمة	1,200	600	عملاء × 600 ريال إضافية 2	مبيعات لاحقة (ترقية باقات)
بناءً على متوسط عدد الحجوزات في الشهر	ريال سعودي 7,500 - 9,500	-	-	إجمالي العائد المادي
ROI - مقابل حملة بميزانية 5,000 ريال ممتاز للمرحلة الأولى	%إلى +190 +150%	-	-	(ROI) العائد على الاستثمار

المرحلة الأولى: التحضير

الوصف التنفيذي	الخطوة
تحليل المحتوى الذي تقدمه منافسات في مجال السبا المنزلي (داخل جدة وخارجها)، مع التركيز على نوع العروض، الأسلوب البصري، ونغمة الرسائل المستخدمة	دراسة السوق والمنافسين
لتحديد الفئات المهتمة Meta Audience Insights و Google Trends استخدام أدوات مثل بالعناية المنزلية، حسب الجنس، العمر، المنطقة والاهتمامات الرقمية	تحديد الجمهور بدقة
تطوير دليل الهوية: يشمل الشعار، لوحة الألوان، نمط التصميم، ونغمة الخطاب (لطيف - مريح - أنيق) لتعكس طبيعة الخدمة المنزلية الراقية	كتابة الهوية اللفظية والبصرية
فعالة، وصف CTA صياغة وصف احترافي للخدمة على المنصات، كتابة عناوين جذابة، صيغ الباقات، وأسلوب العناية المقدمة في منازل العملاء	كتابة المحتوى التسويقي
تحديد الكلمات المفتاحية ذات العلاقة (مثل: سبا منزلي - استرخاء في المنزل - جلسة مساج Google Planner و Ubersuggest في جدة) باستخدام أدوات مثل	اختيار الكلمات المفتاحية
باستخدام أدوات مثل (Reels - TikTok) تصميم منشورات ثابتة + فيديوهات قصيرة بما يتناسب مع الهوية البصرية Photoshop / Illustrator / CapCut / Canva	إنشاء الأصول البصرية
(Instagram - TikTok - Snapchat - X) تفعيل وإنشاء الحسابات الرسمية على المنصات Google Analytics و Meta Pixel وربطها بالأدوات التحليلية مثل	تجهيز الحسابات والإعلانات

المرحلة الثانية : التنفيذ والتشغيل

الخطوة	الوصف التنفيذي
إطلاق الحملة التجريبية	بميزانية 300 ريال سعودي لاختبار تفاعل الجمهور المستهدف مع نوع المحتوى TikTok و Instagram بدء حملة رقمية على (Reels - Story - Carousel) والعروض المقدّمة.
تتبع الأداء وتحليل النتائج	لتحليل مؤشرات الأداء يوميًا (نقرات، Meta Ads Manager + TikTok Ads Manager + Metricool استخدام أدوات مثل تفاعل، زيارات الموقع، كفاءة الحملة).
التفاعل والردود الفورية	للرد على استفسارات العملاء المحتملين خلال ساعتين كحد Instagram / WhatsApp تخصيص فريق ردود مباشر على أقصى لتعزيز فرص التحويل.
تكييف المحتوى حسب الأداء	مراجعة أداء المحتوى أسبوعيًا لتحديد أكثر المنشورات والفيديوهات فاعلية، ثم تعديل التصميم أو إعادة إنتاج الفيديوهات بناءً على النتائج الأفضل.
جمع بيانات العملاء المحتملين	Google Sheets أو GoHighLevel أو استمارات الحجز، وتجميع البيانات داخل Linktree استخدام نماذج التواصل داخل لتتبع العملاء المحتملين وتوجيه الحملات المخصصة.
الإعداد لتوسيع الحملة	تجهيز دفعة جديدة من المحتوى الأسبوعي للمنصات، ورفع الميزانية تدريجيًا إلى 700 - 1,000 ريال في الأسبوع الرابع لزيادة الوصول والتحويلات تدريجيًا.

الحملة التكرارية : ما بعد نجاح الحملة الأولي

طريقة التكرار	سبب التكرار	المنصة	نوع المحتوى الأصلي
+ مختلف Caption إعادة النشر بعد 10 أيام مع محدث للحجز CTA	أعلى معدل حفظ + مشاركة	Instagram Reels	فيديو جلسة سبا منزلية (قبل/بعد)
إعادة تحميله بصوت مختلف + استخدام هاشتاق ترند جديد	+%مشاهدات كاملة بنسبة 60	TikTok	فيديو تعليمي سريع (فوائد المساج)
تكرار يومي الخميس والجمعة مساءً + تغيير صيغة العرض (مثال: اليوم فقط)	WhatsApp أعلى ضغط على رابط	Snapchat Story	"عرض "جلسة بـ99 ريال
تحويله لفيديو متحرك + Story إعادة نشره في بسيط	أعلى معدل حفظ من الجمهور	Instagram Carousel	تصميم باقات مميز (3 جلسات + هدية)

الحملة التكرارية : ما بعد نجاح الحملة الأولي

ملاحظات تنفيذية	أيام التكرار الموصى بها	الميزانية المخصصة (ر.س)	نوع المحتوى التكراري	المنصة
استخدم نفس الفيديو مع تعديل الموسيقى والنصوص	كل 10 أيام	600 ر.س	Reels المجربة + Carousel للعروض	Instagram
يُنشر الفيديو المعدل بزاوية جديدة أو قالب مرئي مختلف	كل أسبوع (محتوى معدل)	450 ر.س	فيديوهات تعليمية قصيرة + ترند جمالي	TikTok
إعادة استخدام نفس الستوري مع خلفية جديدة أو خط متغير	الخميس + الجمعة	300 ر.س	Story عرض "جلسة أولى بـ99"	Snapchat
يستهدف من زار الموقع ولم يُكمل الحجز	منتصف الشهر + آخر أسبوع	150 ر.س	Instagram أو Google Display Custom Audience	Retargeting

Tactics

التكتيكات

SOSTAC

الوصف التنفيذي / آلية التنفيذ	العنصر التكتيكي
Linktree - موقع إلكتروني + تطبيق - Instagram - TikTok - Google Display - WhatsApp	القنوات الأساسية
• Reels ممولة على Instagram وTikTok	أنواع الإعلانات الرقمية
• فيديوهات قصيرة (جلسات + خلف الكواليس)• تصاميم باقات وعروض• قصص عملاء حقيقية (Social Proof)• إنفوجرافيك تعليمي	المحتوى الرئيسي
أنيقة - عصرية - مريحة - تركّز على الخصوصية والرفاهية المنزلية	أسلوب الرسالة التسويقية
• "جلسة الراحة إلى باب منزلك"• "السبا صار أقرب مما تتخيّل"• "جمالك يبدأ براحتك"	الرسائل الأساسية (Core Messages)
• TikTok = محتوى إبداعي سريع + تحديات• Instagram = صور راقية + عروض	التخصيص حسب المنصة
• الردود الفورية خلال ساعتين• مسابقات أسبوعية• روابط حجوزات سريعة• محتوى خاص للمشتركين	تكتيكات التفاعل والتحفيز
• 50% حملات مباشرة على العروض• 30% لبناء الوعي والمحتوى• 20% محتوى تفاعلي (أسئلة، استطلاعات، مسابقات)	تقسيم الميزانية الإعلانية
• Meta Ads Manager - TikTok Ads - Metricool - Google Analytics - Bitly - Canva - CapCut - GoHighLevel	الأدوات الرقمية المساعدة
• 3 منشورات رئيسية / أسبوع• 2 Reels / فيديو 1• TikTok قصة عميل / شهادة• ستوري يومي للعروض والتفاعل	المحتوى الأسبوعي

Action & Steps

المهام و الخطوات

SOSTAC

أداة التنفيذ / الملاحظات	المدة / التكرار	المسؤول / الفريق	الخطوة التنفيذية	الفئة
Google Trends – Meta Insights – Ubersuggest	أسبوع 1	مدير التسويق	مراجعة دراسة الجمهور والكلمات المفتاحية	إعداد الحملة
Canva – Google Docs – دليل هوية	أسبوع 1	مصمم / كاتب محتوى	إنشاء الهوية البصرية واللفظية الموحدة	
Meta Business Suite – TikTok Ads – Pixel – GA	أسبوع 1	دعم فني + Ads متخصص	فتح وربط الحسابات الرسمية والمنصات الإعلانية	
Canva – Photoshop – Illustrator	أسبوعيًا	مصمم جرافيك	إنتاج 6-8 تصاميم أسبوعية للمنصات	إنتاج المحتوى
CapCut – InShot – TikTok Editor	أسبوعيًا	مصور + منتج محتوى مرئي	قصيرة Reels/TikTok تصوير 2-3 فيديو لأسبوع الافتتاح	
Google Docs – Notion	أسبوعيًا	كاتب محتوى	صياغة المنشورات والقصص ونصوص العروض	
Meta Ads Manager – TikTok Ads	الأسبوع 3	مدير الحملة	إطلاق حملة إعلانية تجريبية بـ300 ريال على Instagram/TikTok	إطلاق الحملة
Metricool – Google Sheets – Dashboard	يوميًا	Performance Analyst	مراقبة الأداء اليومي وتوثيق النتائج	
Instagram Inbox – WhatsApp Business – Auto Reply	يوميًا	دعم العملاء / مسؤول التواصل	الرد على الرسائل خلال ساعتين كحد أقصى	إدارة التفاعل
Instagram – TikTok – Snapchat	يوميًا	سوشيال ميديا مانجر	التفاعل مع القصص، إعادة نشر تجارب العملاء	
Insights – Reels Performance – Engagement Rate Tracker	أسبوعيًا	فريق المحتوى + الأداء	تحليل المنشورات الأفضل أداءً وتعديل المحتوى للأسبوع التالي	تحسين الأداء
قرار مبني على تقارير الأداء	الأسبوع 4	مدير التسويق	رفع الميزانية تدريجيًا بدءًا من الأسبوع الرابع	
Google Forms – GoHighLevel – Linktree	يوميًا	CRM مسؤول	جمع بيانات المهتمين من الحملات الإعلانية والاستمارات	تحويل العملاء
اتصال مباشر – WhatsApp – CRM Sheet	يوميًا	فريق المبيعات / خدمة العملاء	جدولة ومتابعة العملاء المحتملين للحجز	

C o n t r o l

المتابعة و القياس

SOSTAC

KPI (Key Performance Indicator)

الإجراء عند الانحراف	المسؤول / الفريق	تكرار المتابعة	أداة القياس	(KPI) المؤشر الرئيسي	البند الذي يتم مراقبته
تعديل الفئة المستهدفة أو صيغة الإعلانات	Performance Analyst	أسبوعي	Meta Ads – TikTok Ads – Metricool	(Impressions) عدد الظهور	الوصول الرقمي العام
اختبار أنواع محتوى جديدة أو تحسين البايو والحملات	سوشيال ميديا مانجر	أسبوعي	Insights – Metricool – TikTok Analytics	Instagram عدد المتابعين الجدد على / TikTok	نمو الجمهور
تعزيز نوع المنشورات الأفضل أداءً أو تغيير توقيت النشر	Content Team	أسبوعي	Insights – Metricool	نسبة التفاعل % = (تفاعل ÷ المتابعين) × 100	Engagement نسبة التفاعل
أو تجربة صفحات – CTAs تحسين هبوط مختلفة	مدير الأداء الرقمي	أسبوعي	Google Analytics – Bitly	عدد الزوار الجدد + وقت التفاعل	زيارات الموقع والتطبيق
تبسيط نموذج الحجز – تعديل الرسائل – تجربة تخفيض لتحفيز التحويل	فريق العمليات والمبيعات	أسبوعي	Google Analytics – CRM – استمارات	من الزوار الذين أكملوا الحجز %	(Conversion Rate) معدّل الحجز
تصميم عروض خاصة لتحفيزهم أو Follow-ups إرسال	CRM Specialist	أسبوعي / شهري	GoHighLevel – Linktree Forms	عدد البيانات المُجمّعة شهريًا	(Leads) عدد العملاء المحتملين
تفعيل بوت ردود – تحسين العبارات الجذابة في المنشورات	فريق الرد والتواصل	يومي	Instagram Inbox – WhatsApp Business	عدد رسائل العملاء واستفسارات الحجز	الرسائل والاستفسارات
طلب تقييم بعد الخدمة + هدايا رمزية لتحفيز التقييم	مدير الجودة	شهري	Google Reviews – استطلاعات العملاء	NPS / عدد التقييمات الإيجابية	معدل الرضا والتقييمات
إعادة توزيع الميزانية على القنوات ذات العائد الأعلى	الإدارة المالية / التسويق	شهري	جداول – Ads Report – تقارير مالية Google	100 × (الإيرادات ÷ تكلفة الحملة)	العائد على الاستثمار – ROI

PLAN B

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

المسؤول	المدة الزمنية للتنفيذ	الهدف من الإجراء	الإجراء الطارئ	المجال
مدير الحملات الإعلانية	خلال 7 أيام	رفع عدد الزوار والمتابعين بشكل سريع	Instagram + مضاعفة الميزانية الإعلانية على بنسبة 50% مع استهداف أكثر دقة TikTok وفيديوهات جديدة	الإعلانات المدفوعة
فريق المحتوى والتصوير	خلال أسبوعين	بناء الثقة وزيادة التفاعل من خلال التجربة الواقعية	(Micro-influencers) إدخال وجوه حقيقية ومؤثرين صغار في الفيديوهات + عرض مباشر (Micro-influencers) في الفيديوهات + عرض مباشر (Live Sessions) للجلسة	نوع المحتوى
قسم المبيعات والتسعير	فورًا - لمدة أسبوعين	تحفيز الطلبات وتحويل الزوار إلى عملاء فعليين	تفعيل حملة "جرب أول جلسة بـ99 ريال فقط" + باقات مجمعة بتخفيض خاص	العروض التحفيزية
الفريق الرقمي	خلال 10 أيام	توسيع القنوات وتحفيز المترددين لإكمال الحجز	SMS إضافة + Google Search تفعيل حملات عبر للحجوزات المتروكة	قنوات إضافية
مطوّر الموقع + UX Designer	خلال أسبوع	%رفع معدل التحويل بنسبة 20-30	تحسين تجربة المستخدم + تقليل عدد خطوات الحجز لواجهة الموقع A/B + اختبار	صفحة الهبوط والموقع
فريق خدمة العملاء	مباشر ومستمر	تحسين التفاعل وفهم أسباب ضعف الإقبال أو الملاحظات السلبية	Live أو WhatsApp توفير دعم مباشر عبر دردشة استبيان قصير بعد الجلسة + Chat	خدمة العملاء
Performance Manager	خلال أسبوع	استرجاع الجمهور المؤهل وزيادة الحجوزات	لزوار الموقع أو المتابعين Retargeting إطلاق حملة الذين لم يحجزوا	إعادة استهداف الجمهور
فريق التحليل التسويقي	خلال أسبوع	التأكد من دقة الاستهداف أو تعديل الشرائح المستهدفة	إعادة دراسة الجمهور والفئات المهمة باستخدام Google Trends و Meta Audience Insights	إعادة مراجعة الجمهور
Content Lead	خلال 14 يومًا	رفع معدل التفاعل والظهور وتوسيع قاعدة الجمهور	اعتماد تقويم محتوى سريع التفاعل (تحديات، مسابقات، استطلاعات) + محتوى تثقيفي يومي عبر الستوري	استراتيجية المحتوى
إدارة التسويق والمبيعات	كل 7 أيام	تحسين القرار وتصحيح المسار بأقصى سرعة	إنشاء تقرير أداء طارئ أسبوعي داخلي + مراجعة جماعية لنتائج الحملة	تقرير أسبوعي للمراجعة

ملاحظات للخطة كاملة

يُوصى بتركيز الجهود على بناء الثقة من خلال التقييمات المصوّرة وتجارب العملاء. إطلاق حملات مؤثرة بمشاركة شخصيات معروفة في نمط الحياة والرفاهية. متابعة الأداء على المنصات وتحسين الرسائل التسويقية استناداً لبيانات الجمهور.

يتم مراجعة الأهداف شهرياً باستخدام لوحة تحكم KPI Dashboard. يتم تقسيم كل هدف إلى مهام أسبوعية قابلة للقياس والتنفيذ. سيتم تخصيص مسؤول عن كل هدف ضمن فريق التسويق أو العمليات.

يتم قياس الأداء أسبوعياً عبر لوحة تحكم KPI. يتم إعادة تخصيص الميزانية شهرياً بناءً على النتائج (ROAS + Engagement). الحملات تُقسّم إلى Always-On + Seasonal Boosts (في المواسم أو الأحداث).

ملاحظات للخطة كاملة

يتم إعادة تقييم الأداء شهرياً بناءً على معدلات الطلب والتحويل (CPL – Conversion – Engagement).

تركيز الميزانية الأكبر على المدن الأعلى طلباً (جدة، الرياض).

استخدام حملات A/B Testing في المدن الجديدة لاختبار الرسائل الأفضل.

إنتاج محتوى مرئي احترافي يبرز الجلسات في المنازل (واقعي + فني).

تخصيص المحتوى حسب سلوك الجمهور في كل منطقة ومنصة.

التركيز على "أول تجربة" لجذب العميل الجديد برسالة تجريبية قوية.

تصميم حملات توعية رقمية بأسلوب تعليمي بصري (فوائد السبا – فوائد الخصوصية المنزلية – تقنيات العناية الذاتية).

استخدام مؤثرات مؤنثة تتحدث بلغات محلية أو لهجات حسب المنطقة (خليجية/سعودية).

يُفضل ربط هذه المؤثرات بلوحة تحكم KPI Dashboard داخل أدوات مثل Notion، Airtable، أو Google Data Studio.

يتم مراجعتها أسبوعياً وتحليل التغيرات لتعديل الخطّة حسب النتائج.

ملاحظات للخطة كاملة

- إجمالي الميزانية الشهرية = 5,000 ر.س (قابلة للزيادة بعد اختبار الأداء).
- يتم تخصيص 60% من الميزانية للمنصات المرئية عالية التأثير (Instagram + TikTok).
- الحملات تدار بنموذج A/B لقياس الرسائل الإعلانية والصيغ البصرية الأفضل.
- تُربط جميع الحملات برابط واحد موحد (Linktree أو صفحة هبوط) يحتوي على: الحجز، الباقات، التطبيق.
- تم بناء المؤشرات بناءً على تخصيص 60% من الميزانية للحملات التحويلية و40% لحملات التوعية والتفاعل.
- الأرقام قابلة للتضاعف عند الانتقال إلى مدن أكبر مثل الرياض والدمام بعد الشهر الثاني.
- يتم قياس الأثر شهرياً وتعديل المحتوى والحملات بناءً على النتائج الحقيقية (Growth Marketing Approach).
- تبدأ الحملة بمحتوى موجه لجدة فقط، ويوسع بناءً على التفاعل.
- الحملة التجريبية تُستخدم لتحديد أقوى المنصات أداءً (قائمة للاستثمار الأكبر لاحقاً).
- يتم إدخال أول تقارير الأداء في نهاية الأسبوع الرابع لتقييم النتائج قبل التوسع للرياض والدمام.

ملاحظات للخطة كاملة

تفعيل خطة الطوارئ:

تُطلق مباشرة بعد تقييم الأداء في نهاية الشهر الثالث إذا تحقق أقل من 50% من:
عدد المتابعين الجدد.

معدل الحجوزات الشهرية.

نسبة التحويل من الزوار إلى عملاء.

التفاعل العام أو عدد التقييمات الإيجابية.

ملحق اختياري لتقوية Plan B:

الاستفادة من قاعدة بيانات العملاء بالتسويق عبر البريد الإلكتروني.

استقصاء رأي مباشر من العملاء الذين لم يُكملوا الحجز.

إعادة تدريب فريق الردود لدعم نقاط الضعف في الإقناع.

ملاحظات “ اسعار SPA H.S ”

ملاحظات تسويقية وتنفيذية	ضمن باقة؟	الفئة المستهدفة	مدة الجلسة	السعر المميز (ر.س)	السعر الأساسي (ر.س)	الخدمة
يُستخدم كجلسة فردية أو ضمن باقة راحة أسبوعية / شهرية	✔	الموظفات - ربات المنازل - الطالبات	60 - 75 دقيقة	280	220	مساج استرخائي (Relax)
يحتاج لأخصائية معتمدة - تُسوّق بعبارات متخصصة حول تخفيف الألم والضغط	✔	مرضى عضلات - كبار سن - رياضيين	60 - 90 دقيقة	350	300	مساج علاجي / عميق (Deep Tissue)
يمكن دمجها مع ماسكات عضوية - مثالية لمحتوى Before/After	✔	النساء من 25-45 سنة	45 - 60 دقيقة	300	250	جلسة تنظيف بشرة (Facial)
يمكن تقديمها كباقة أسبوعية مخصصة للبشرة الدهنية أو الحساسة	✔	النساء الباحثات عن رفاة منزلية	60 دقيقة	350	280	تنظيف عميق + قناع طبيعي
خدمة تكميلية رائعة لرفع متوسط الفاتورة - سهلة التنفيذ	✔	طلاب - كبار سن - عملاء الباقات	30 - 45 دقيقة	160	120	مساج القدمين
مثالي ضمن باقات قصيرة / "Break & Relax"	✔	الموظفات - أصحاب الأعمال	30 دقيقة	180	130	مساج الرأس والرقبة
تُسوّق كباقة فاخرة - تتطلب تجهيز مسبق + أدوات خاصة	✔	العرائس - الفعاليات المنزلية - المناسبات	90 - 120 دقيقة	500	400	جلسة حمام مغربي منزلي
التسويق عبر محتوى توعوي / طبيب يوصي بالخدمة - تحتاج معايير سلامة خاصة	✔	النساء الحوامل	60 دقيقة	300	280	جلسة الحوامل
يتم دمجها مع جلسات تنظيف البشرة كـ "Full Body Glow"	✔	العرائس - العناية قبل المناسبات	60 - 75 دقيقة	450	350	جلسة تبييض الجسم / صنفرة
تُعرض كـ "راحة أسبوعية" - ممتازة للحجز المسبق أو للاشتراك الشهري	✔	العملاء الجدد - الباحثين عن توفير	حسب نوع الجلسة	750	-	باقة 3 جلسات مساج
جلسات مخصصة + عناية يد وقدم + شموع + موسيقى + زيت عطري هدية	✔	عملاء دائمين - سيدات مجتمع - موظفات كبار	مرن	1,250	-	باقة 5 جلسات (VIP)
حملة جذب قوية + جمع تقييمات + ربطها بإعادة الاستهداف التسويقي	✗	أي عميل جديد	30 دقيقة	99	89	باقة "أول تجربة"
خيار إضافي لرفع قيمة الحجز + يُعرض كـ "خدمة حصرية حسب التوافر"	✗	عملاء VIP - الحجوزات المسائية	حسب الخدمة	-	+50 ريال على السعر الأساسي	خدمة طارئة (في نفس اليوم)
Upsell فوري - يعزز تجربة الخدمة دون رفع الوقت أو الموارد	✔	أي عميل	15 دقيقة	-	50 - 70 ريال	إضافات اختيارية (قناع - عناية يد/قدم)