

Digital

Marketing Plan



المنصة

خطة تسويق مفصلة لمكتب
المنصة لأعمال المحاماة للربع الأخير
من العام المالي:

2025



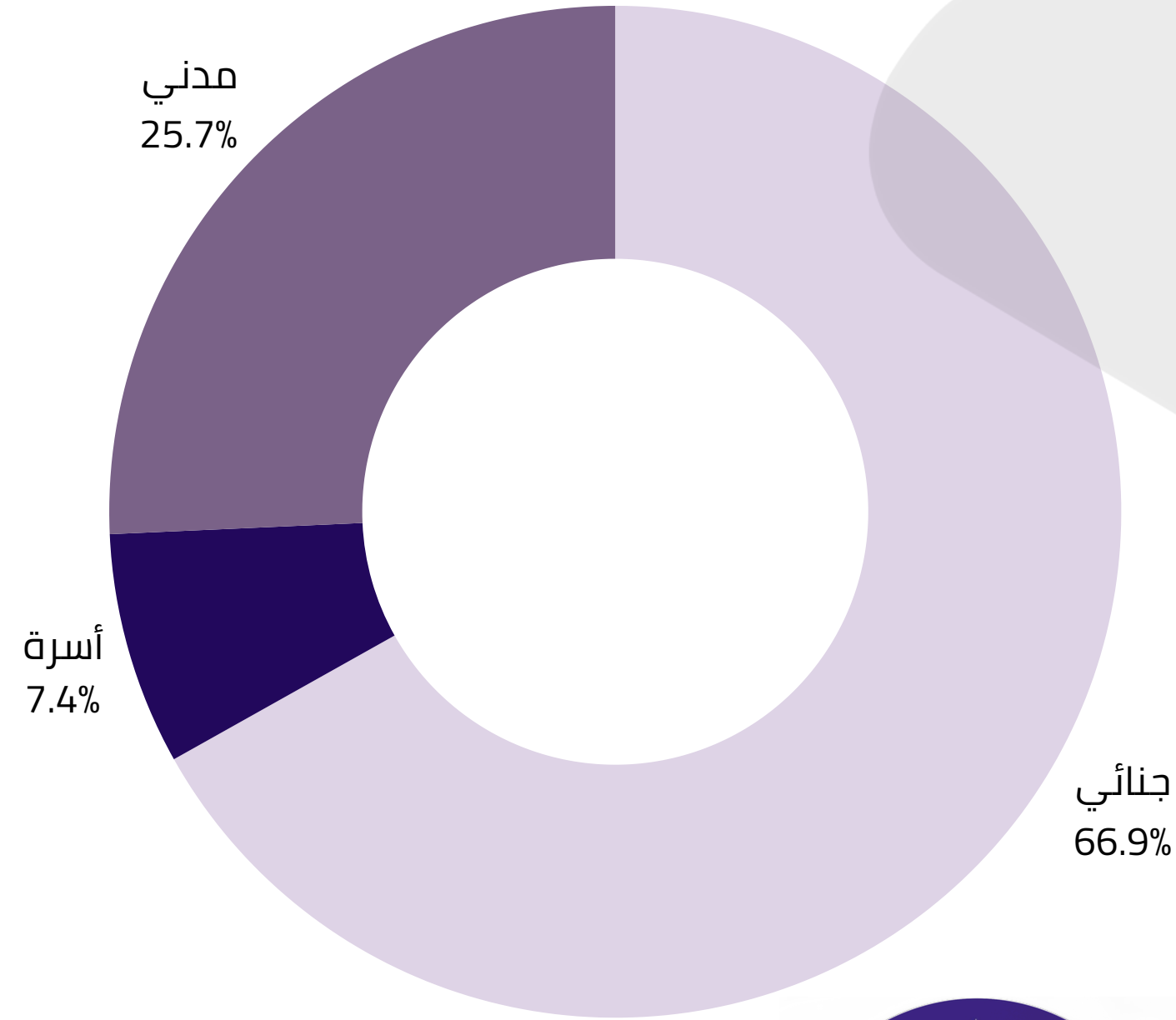
لمحة عامة

(المنصة لأعمال المحاماة) هو مكتب محاماة متكامل، يقدّم حلول قانونية شاملة للأفراد والشركات. المكتب يركّز على السرعة والكفاءة وبناء ثقة حقيقية في سوق لسه مافيهوش براند قانوني قوي وواضح، عن طريق توظيف عقول شابة وماهرة، وتطوير أحدث أدوات التكنولوجيا لتقديم خدمة قانونية ذات جودة عالية.



دراسة السوق

السوق المصري للخدمات القانونية هو سوق كبير جدا، يقدر بما يتراوح بين 15 إلى 20 مليون دعوى سنوية، مع افتقار السوق لخدمات قانونية ذات طابع خدمي راقى، مع التجاهل الكبير في السوق للحلول الرقمية والتواجد على منصات التواصل الاجتماعي بشكل احترافي، مما يمثل فرصة كبيرة ومدخلا سهلا للسوق الخدمي الإلكتروني. تشير الإحصاءات التقديرية إلى: زيادة في القضايا العمالية بنسبة 58.4%. زيادة في القضايا المدنية بنسبة 28.4%. مع تناقص ملحوظ في قضايا الأحوال الشخصية بنسبة 63.8%. وذلك بسبب زيادة رسوم التقاضي مؤخرا.



تحليلات SWOT

نقاط القوة

- القدرة على تقديم كافة الحلول القانونية وذلك بفضل الكوادر الشابة في كافة التخصصات.
- استخدام حلول رقمية لتمكين العميل من معرفة آخر التطورات الخاصة بقضيته، ولضمان راحته، عن طريق أبلكيشن لمتابعة تطورات القضية.
- سيستم لإدارة المكتب يساعد على عدم تفويت مواعيد الجلسات والتنبيه بالمواعيد الهامة والخطوات اللازم اتخاذها، مما يقدم جودة خدمة متميزة.
- محتوى جيد نسبيا عبر منصة فيسبوك.
- عدد متابعين كبير مقارنة بالمنافسين.

تابع تحليلات SWOT

نقاط الضعف

- أبلكيشن متابعة القضية صعب الإستعمال.
- عدم توافر فيديوهات دعائية وتعليمية لتعريف الخدمات للعميل المستهدف وللمتابعين.
- تفاعل ضعيف جدا عبر منصات التواصل رغم عدد المتابعين الكبير.
- عدم انتظام النشر على منصات التواصل مما يضاعف انتشار المحتوى وبالتالي يضاعف من تواجد البراند في ذهن العميل.

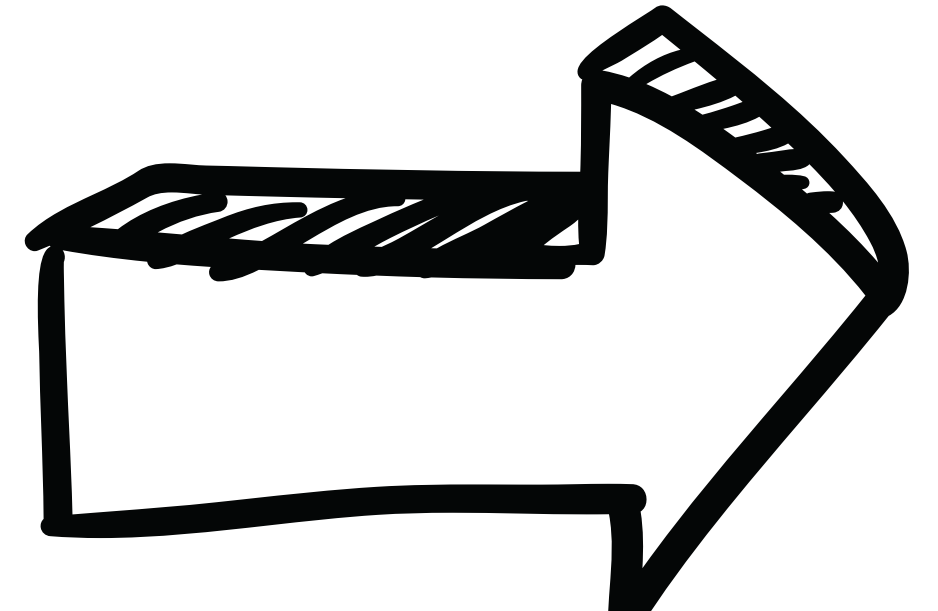
تابع تحليلات SWOT

الفرص

- كما ذكرنا أننا افتقار السوق للحلول الرقمية في مجال الخدمات القانونية مقارنة بالسوق السعودي مثلا ومنصاته الشهيرة (محامون - ثقييل - إسأل محامي ..) مما يتيح لنا فرصا قوية جدا للمنافسة كمنصة خدمية قانونية تطوع التكنولوجيا لخدمة وراحة عملائها في مصر.

المنافسون (اونلاين)

- المستشار ياسر عبد القادر (فيديوهات تعليمية بجودة عالية)
- المحامي أحمد مهران (من 4 إلى 5 بوسطات يوميا - يتكلم عن القضايا الشائكة - يياخذ قضايا المشاهير - هي من أكبر صفحات المحامين في مصر)
- المحامي ابراهيم كمال (يتميز بنشر عدد ضخم من المنشورات يوميا قد يصل إلى 10 منشورات, مع قلة جودتها وفاعليتها)
- **عبد الله منصور المحامي (المنافس الأقوى من حيث جودة المحتوى والصورة الذهنية التي يتركها عن نفسه وعن فريقه أنه فريق قوي و راقى وجودة خدماتهم عالية جدا (وهو يشترك معنا في تلك الفكرة))**



العميل المستهدف

- **محمود سيد الصباغ**
- **العمر:** 53 سنة
- **العمل:** أعمال حرة
- **التعليم:** تعليم جامعي
- **الاهتمامات:** مهتم بالسياسة والأحداث خاصة القوانين المدنية
- **الخلفية الديموغرافية:** من عائلة كبيرة ويحظى بجودة حياة عالية، معه سيارة، عنده أملاك وحسابات بنكية متوسطة أو كبيرة.
- **متطلباته:** خدمة متميزة، راقية واحترافية - سهولة متابعة المستجدات.
- **مخاوفه:** إهدار وقته - إفشاء معلومات عن قضاياہ وتشويه سمعته - التعرض للطمع والاستغلال.



Golden circles

• What

• How

• Why

• Why

علشان احنا مؤمنين بقوة القانون، وإن الأمان من حق كل الناس. مؤمنين إن اللي يعرف حقه عمره ما بيتظلم، مؤمنين ان من حق كل عميل انه يعرف كل تفاصيل قضيته في اي وقت ومن اي مكان، مؤمنين إن كل واحد من حقه إنه يحس بالأمان وإن في حد في ظهره

• How

علشان كده جمعناكم نخبة من أفضل خبراء القانون مع نظام متابعة إلكتروني قوي ومتطور



Golden circles

- What

- How

- Why

- What

وده اللي بنقدمه عن طريق خدماتنا القانونية المتكاملة
وعالية الجودة



Strategy

سوف نعمل بناء على أسس تسويقية نفسية تزيد من ثقة العميل في الشركة وتعطيه شعورا بالأمان.

الانتماء للنخبة (Elite) (community)

عن طريق صناعة المحتوى المناسب، بنحاول نحسس العميل انه بمجرد كتابته لنا هو بقا جزء من مجتمع قوي، فاهم قانون، مجتمع نخبوي، بيعرف ياخذ حقه



المكانة الاجتماعية (Status & Social Proof)

هنحاول نخلي في انطباع عند العميل ان قضيته هتبقا مع أكبر مكاتب المحاماة في المنيا، المكتب اللي بيتعامل معاه أكبر رجال الأعمال والشركات والعلماء من طبقة عالية.

الخوف من الخسارة (Loss Aversion):

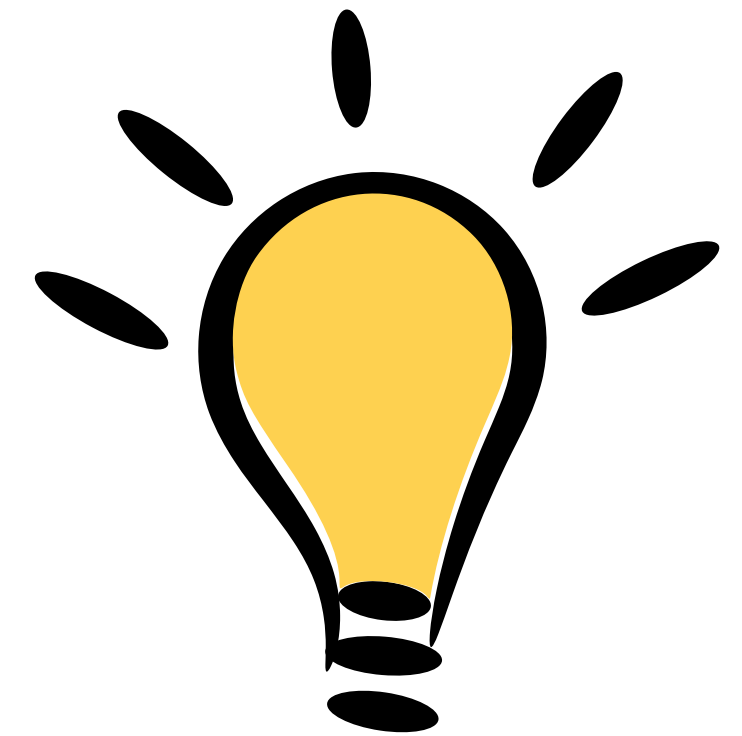
الناس بتخاف تخسر فلوس أو قضية، أكثر من رغبتهم في المكسب.

مثال: "غلط قانوني صغير ممكن يخسرك شركتك بالكامل" "بلاش تقامر بحياتك سمعتك - فلوسك - وقتك"

Strategy

- سيتم بناء حملات تسويقية عن طريق صناعة محتوى يركز على نقاط الألم عند العميل ويقدم حلولاً لها، بمساعدة النظريات والخيال النفسية السابق ذكرها، لأخذ العميل في رحلة عبر النفق التسويقي المخطط له بعناية والذي ينتهي بالتواصل معنا وشراء خدماتنا.
- بعد قياس أداء كل حملة وتحديد قطع المحتوى الفائزة (الأوسع انتشاراً و الأكثر جلباً للنتائج) سيتم إنشاء ثلاث حملات تسويقية مدفوعة عبر منصات ميتا (فيسبوك وإنستجرام) لتحقيق أكبر النتائج.

Marketing funnel



أهداف الحملات

1st campaign objective: Reach

2nd campaign objective: Likes and Follows

3rd campaign objective: lead generation

لمراجعة المحتوى المستخدم في الحملات انظر خطة المحتوى

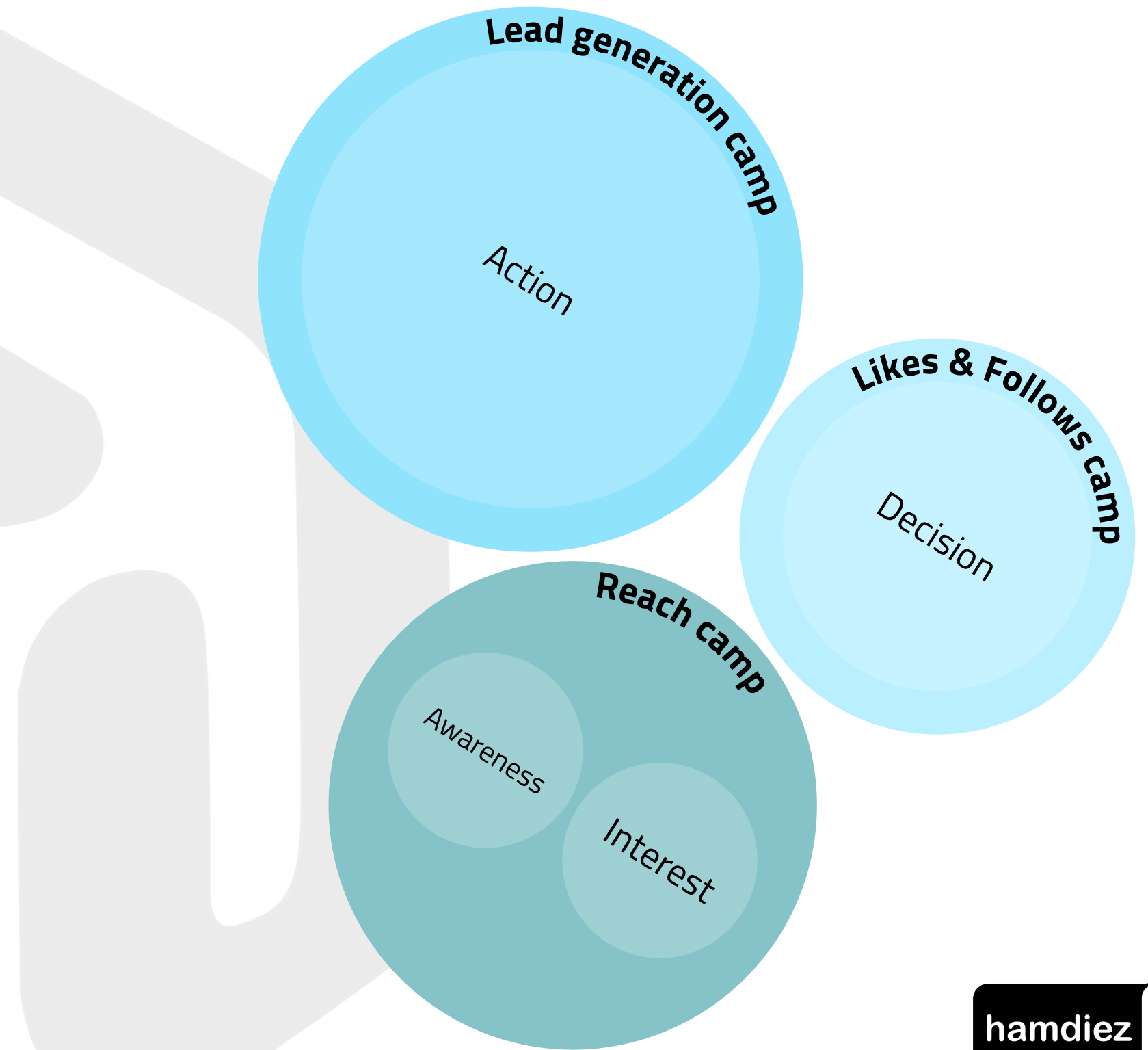


Budget allocation

1st campaign: 20%

2nd campaign: 25%

3rd campaign: 55%



Status quo

The following numbers was taken via meta's professional dashboard, on August 25th and from the 90 days before.

Followers of all time: 6,284

views - reach: 4,559

Engagement: 68

Published content: 60 with Zero reels

Messages started: Zero



www.hamdiez.com

SMART objectives

By the end of the year 2025, we aim to achieve the following objectives:

Increase followers by 30% to be 8k

Increase the number of accounts reached by 4300% to be 200,000

Increase the engagement volume by 8700% to be 6000

increase the number of messages started from zero to 150

KPIs

سيتم استخدام البنود التالية لقياس أداء الحملات التسويقية

- عدد الأكوونات التي وصل لها المحتوى الخاص بنا
- عدد المتفاعلين مع المحتوى
- عدد الرسائل الجديدة



www.hamdiez.com



THE END



www.hamdiez.com



Discuss



www.hamdiez.com

