



هيكل
Haykāl

الملف التعريفي | 2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قائمة المحتويات

01 من نحن؟ 04

02 خدماتنا 09

03 مشاريع فريق العمل 52





الفصل الأول |

من نحن؟

من نحن

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

نركز 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 فعّالة تُحدث فرقاً حقيقياً وتحقق نتائج ملموسة تساهم في تعزيز الأفراد والمجتمع.

رؤيتنا

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

رسالتنا

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

قيمنا

الالتزام
التميز
العميل أولاً
الابتكار
الأمانة

ما يميزنا

في جوهر عملنا

فهم عميق للسوق المحلي مدعوم بمنهجيات علمية قوية، لنقدم حلولاً عملية قابلة للتطبيق تُترجم التحديات إلى فرص نجاح مستدامة.

الخطوة الأولى
فهم استراتيجي عميق للسوق
المحلي وتوجهات المملكة

الخطوة الثانية
منهجيات قوية
ومدعومة علمياً

الخطوة الثالثة
حلول عملية
قابلة للتطبيق



فهم استراتيجي عميق للسوق المحلي وتوجهات المملكة:

التفرد بالمعرفة المحلية



منهجيات قوية ومدعومة علمياً:

أدوات لصناعة النجاح



حلول عملية قابلة للتطبيق:

ترجمة التحديات إلى فرص نجاح





فهم استراتيجي عميق
للسوق المحلي وتوجهات المملكة:

التفرد بالمعرفة المحلية

• نستند إلى معرفة دقيقة بالسوق المحلي والتوجهات الوطنية لرؤية المملكة 2030، مما يمنحنا 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

• نلتزم باستخدام منهجيات متقدمة تجمع بين التخطيط الاستراتيجي والتنفيذ العملي المدروس، مما يضمن تقديم حلول دقيقة وقابلة للتنفيذ.

• تركز منهجيتنا على أسس علمية تضمن اتخاذ قرارات مدروسة ومبنية على التحليل الدقيق والبيانات الواقعية، مع تقديم حلول متكاملة تُعزز الكفاءة وتُحقق النتائج المطلوبة.



حلول
عملية قابلة للتطبيق:

ترجمة التحديات إلى فرص نجاح

• نعتمد على تحليل دقيق للواقع الحالي وتحديد الثغرات 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

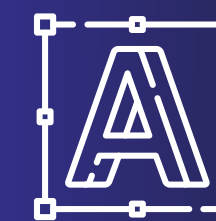
خدماتنا |

استشارات التواصل والتسويق



تطوير استراتيجية وخطة التواصل الخارجي

تصميم استراتيجيات شاملة لتعزيز حضور المؤسسة، وبناء علاقات فعّالة 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 استراتيجيات الظهور الإعلامي

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



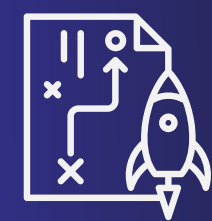
تطوير النموذج التشغيلي لإدارات التسويق والتواصل

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



تطوير استراتيجية وخطة التواصل الداخلي

بناء نظام تواصل داخلي فعّال يكسر الحواجز التنظيمية، ويُحسن تدفق المعلومات، ويُعزز انتماء الموظفين لدعم تحقيق الأهداف المؤسسية.



تطوير استراتيجيات وخطط الإطلاق

إنشاء استراتيجيات إطلاق مُركّزة 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

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

الأثر المتوقع

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



المرحلة الأولى



تحليل الوضع الراهن والمقارنة المعيارية

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



المرحلة الثانية

تطوير الاستراتيجية الاتصالية

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



المرحلة الثالثة

إعداد خطة التواصل التنفيذية

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

خطوات التنفيذ

المنهجية المستخدمة

ولتطوير الاستراتيجية وخطة 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 اللازمة، بالإضافة لتحديد آليات الاستهداف والأنشطة اللازمة للوصول للفئات المستهدفة بالشكل الأمثل.



ماذا سنقول؟

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



من نستهدف؟

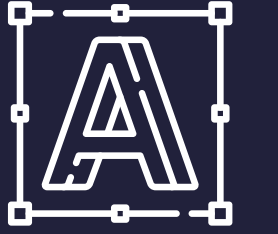
تحديد كافة الفئات المستهدفة وأصحاب المصلحة الرئيسيين وتصنيفهم حسب مدى الاستهداف.



لماذا نتواصل؟

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





تطوير استراتيجية العلامة التجارية

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.

الأثر المتوقع

- بناء صورة قوية ومتسقة تظل عالقة في أذهان الجمهور.
- ترسيخ 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.



المرحلة الأولى

تحليل الوضع الراهن

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



المرحلة الثانية

المقارنة المعيارية

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



المرحلة الثالثة

بناء وتطوير استراتيجية العلامة

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



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

هو العنصر الأساسي الذي يمثل جوهر العلامة التجارية وما تمثله في أذهان الجمهور، ويتمثل يتمثل 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.

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 الملموسة وغير الملموسة 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 يُميز العلامة تجارياً ويجعلها قابلة للتعرف بسهولة في السوق.





تطوير استراتيجيات الظهور الإعلامي

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

الأثر المتوقع

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



المرحلة الأولى



المرحلة الثانية



المرحلة الثالثة



خطوات التنفيذ

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

تصميم الاستراتيجية

بناء رؤية إعلامية شاملة تُترجم أهداف المؤسسة ورسائلها إلى محتوى مؤثر يعزز الهوية المؤسسية ويُحقق تفاعلاً قوياً مع الجمهور.

التنفيذ والتقييم

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



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؛ لتكون مرتبطة بالتطور الزمني للمنتج الإعلامي سواء كان منتجاً أو خدمة أو شخصية.



تحديد المؤشرات

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



المنهجية المستخدمة

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



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،



تطوير النموذج التشغيلي لإدارات التسويق والتواصل

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.

الأثر المتوقع

- 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.



المرحلة الأولى



المرحلة الثانية



المرحلة الثالثة



خطوات التنفيذ

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

تحليل الوضع الراهن

تصميم النموذج التشغيلي

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

تطوير خارطة الطريق للتنفيذ

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

المنهجية المستخدمة

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

1

أصحاب
المصلحة

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

2

الخدمات

ما هي الخدمات المطلوبة من الإدارة لتقديمها لأصحاب المصلحة؟

3

الهيكل
التنظيمي

ما هي الهيكل المطلوبة في المنظومة لتحقيق مستهدفات الإدارة؟

4

القدرات
البشرية

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

5

العمليات
والإجراءات
والسياسات

ما هي العمليات المطلوبة تنفيذها لتقديم الخدمات المتوقعة؟

6

متابعة
الأداء

ما هي المستهدفات التشغيلية للعمليات وآلية متابعتها حسب الهيكل التنظيمي والحوكمة المطورة؟



تطوير استراتيجية وخطة التواصل الداخلي

نقدم حلاً متكاملاً لتطوير استراتيجية وخطة للتواصل الداخلي تُحسن تدفق المعلومات، وتعزز الانتماء المؤسسي، وتكسر الحواجز التنظيمية (Silos) لتحقيق التكامل والانسجام بين الإدارات والفرق.

الأثر المتوقع

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



المرحلة الأولى

تحليل الوضع الراهن

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



المرحلة الثانية

تصميم الاستراتيجية

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



المرحلة الثالثة

إعداد خطة التنفيذ

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



خطوات التنفيذ

المنهجية المستخدمة

لتطوير الاستراتيجية وخطة التواصل التنفيذية، يعتمد الفريق على منهجية شاملة تتألف 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.



النهج للجمهور المستهدف

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



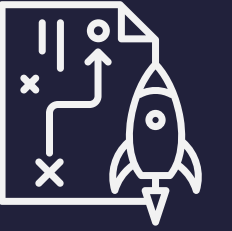
الجمهور والعلاقات

- تحليل الجمهور المستهدف:
فهم احتياجات وسلوكيات الجمهور الداخلي لتحديد أفضل طرق للتواصل.
- تطوير المعرفة والمهارات:
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

نقدم خدمة متكاملة لتصميم وتنفيذ استراتيجيات إطلاق فعّالة للمنتجات أو الخدمات الجديدة، تضمن دخولاً قوياً إلى السوق، وتعزز التأثير الفوري على الجمهور المستهدف.

الأثر المتوقع

- ضمان وصول المنتج أو الخدمة إلى الجمهور بطريقة تترك انطباعاً قوياً.
- تعزيز الوعي والطلب من الأيام الأولى للإطلاق.
- تعظيم العائد على الاستثمار من خلال استراتيجيات ترويجية موجهة.
- خلق تجربة إطلاق تُشرك العملاء وتبني الثقة.



المرحلة الأولى



المرحلة الثانية



المرحلة الثالثة



خطوات التنفيذ

تحليل السوق والجمهور المستهدف
ضمان فهم كامل للسوق واحتياجات الجمهور لضمان أن خطة الإطلاق تستجيب لهذه الاحتياجات بشكل مباشر.

تصميم الاستراتيجية وخطة التنفيذ

بناء استراتيجية إطلاق شاملة تُبرز القيمة الفريدة للمنتج أو الخدمة، مع اختيار القنوات والأساليب المثلى للوصول للجمهور

تنفيذ الحملة الإعلامية ومتابعة الأداء

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

المنهجية المستخدمة

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



أبحاث السوق والتحليل

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



تحديد الجمهور المستهدف

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



تحديد الموقع والرسائل

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



تحديد الأهداف ومؤشرات الأداء

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



التنسيق بين الأقسام

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



استراتيجية دخول السوق

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



تقييم ما بعد الإطلاق

تحليل الأداء بعد الإطلاق لاستخلاص الدروس المستفادة وإجراء تحسينات مستمرة.





أبحاث السوق ودراسة المستخدم

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

الأثر المتوقع

- دعم اتخاذ قرارات استراتيجية تُحدث تحولاً ملموساً 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.



المرحلة الأولى

الاجتماع مع العميل

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



المرحلة الثانية

التنفيذ

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



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.



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 وتفضيلات 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 تتماشى مع احتياجاتهم.



المقابلات

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



خدماتنا |

خدمات الاستشارات الإدارية

خدمات الاستشارات الإدارية



تطوير وتصميم الاستراتيجية

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



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 النماذج التشغيلية

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



صياغة أطر الحوكمة

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



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.



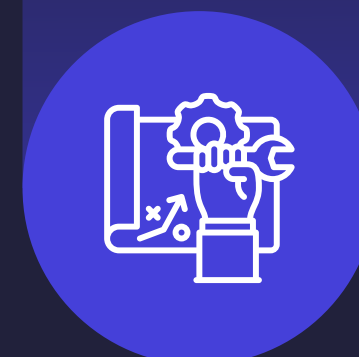
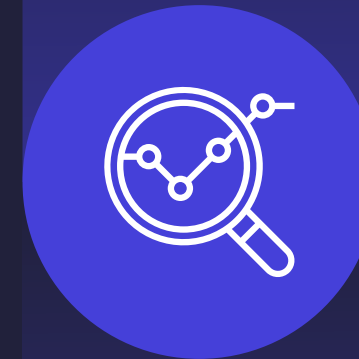


تطوير وتصميم الاستراتيجية

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.



خطوات التنفيذ

يُنفذ المشروع عبر ثلاث مراحل رئيسية، حيث تمتلك كل مرحلة هدفًا محددًا، وتتكامل هذه الأهداف لتحقيق الهدف العام للمشروع

المرحلة الأولى تحليل الوضع الراهن

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

المرحلة الثانية تصميم الاستراتيجية

صياغة استراتيجية طموحة ومتكاملة تُترجم رؤية المؤسسة إلى أهداف ومبادرات واضحة تدعم تحقيق النجاح المستدام.

المرحلة الثالثة إعداد خارطة الطريق

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



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

الغاية والرسالة | الطموح

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

الخيارات الاستراتيجية | الأهداف

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

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.

الممكنات | النظام التقني

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



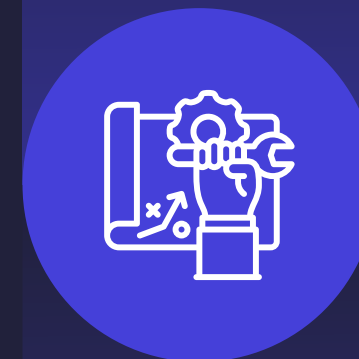


إدارة وتنفيذ الاستراتيجية

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 ومرونة لتلبية التطلعات.
- تعزيز التكامل بين جميع وحدات العمل لتحقيق أهداف مشتركة.
- تمكين المؤسسة من تحسين أدائها واستدامة نجاحها.



خطوات التنفيذ

يُنَفَّذُ المشروع عبر ثلاث مراحل رئيسية، حيث تمتلك كل مرحلة هدفًا محددًا، وتتكامل هذه الأهداف لتحقيق الهدف العام للمشروع

المرحلة الأولى إعداد خطة التنفيذ

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

المرحلة الثانية الإشراف والتنفيذ

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

المرحلة الثالثة التقييم والتحسين

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



المنهجية المستخدمة

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





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.

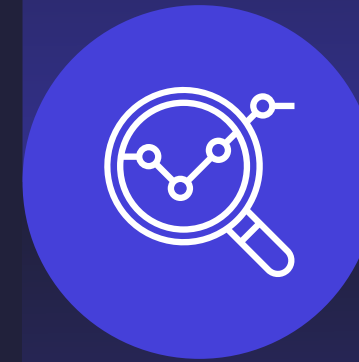
الأثر المتوقع

- 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.



خطوات التنفيذ

يُنفذ المشروع عبر ثلاث مراحل رئيسية، حيث تمتلك كل مرحلة هدفًا محددًا، وتتكامل هذه الأهداف لتحقيق الهدف العام للمشروع



المرحلة الأولى تحليل الوضع الراهن

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



المرحلة الثانية تصميم النموذج التشغيلي

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



المرحلة الثالثة تطوير خارطة الطريق للتنفيذ

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





القدرات البشرية

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



العمليات والإجراءات والسياسات

ما هي العمليات المطلوب تنفيذها لتقديم الخدمات المتوقعة؟



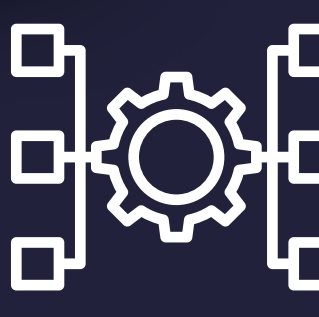
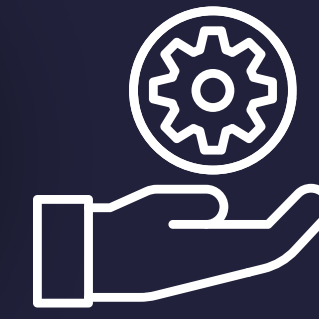
متابعة الأداء

ما هي المستهدفات التشغيلية للعمليات وآلية متابعتها حسب الهيكل التنظيمي والحوكمة المطورة؟



المنهجية المستخدمة

ولتطوير النموذج التشغيلي يلتزم 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 الهيكلية المطلوبة في المنظومة لتحقيق مستهدفات الجهة؟



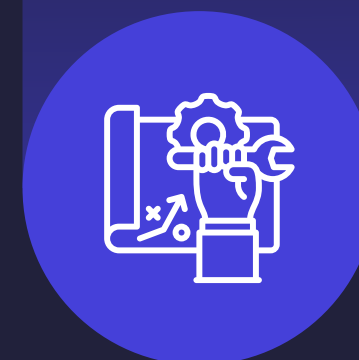
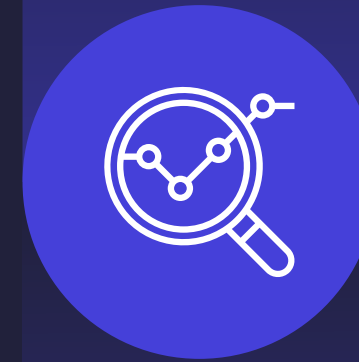


صياغة أطر الحوكمة

نقدم خدمة متخصصة في تصميم وتطوير أطر الحوكمة التي تضمن الشفافية والمساءلة، وتعزيز فعالية اتخاذ القرارات، وتحقيق 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.



خطوات التنفيذ

يُنَفَّذُ المشروع عبر ثلاث مراحل رئيسية، حيث تمتلك كل مرحلة هدفًا محددًا، وتتكامل هذه الأهداف لتحقيق الهدف العام للمشروع

المرحلة الأولى تحليل الوضع الحالي

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

المرحلة الثانية تصميم أطر الحوكمة

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

المرحلة الثالثة تطبيق وتقييم أطر الحوكمة

تحقيق تفعيل مستدام لأطر الحوكمة يضمن الامتثال والتنظيم الفعّال، مع تحسين الأداء المؤسسي بشكل مستمر.



المنهجية المستخدمة

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

أهم أطر الحوكمة العالمية:

1

مبادئ منظمة التعاون
الاقتصادي والتنمية (OECD)

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

2

قانون ساربينز أوكسلي
(SOX)

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

3

تقرير كينج عن
حوكمة الشركات

الذي يهدف إلى تحقيق أداء
اقتصادي واجتماعي وبيئي
مستدام.

4

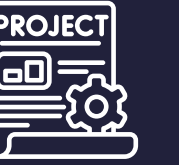
معايير الحوكمة
للخدمة العامة

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

5

الاتحاد الدولي للمحاسبين
(IFAC)

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



إدارة 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 للخطة المحددة بفعالية وكفاءة.
- تحسين استخدام الموارد وضمان التكامل بين الفرق العاملة.
- تعزيز الثقة والشفافية مع أصحاب المصلحة.



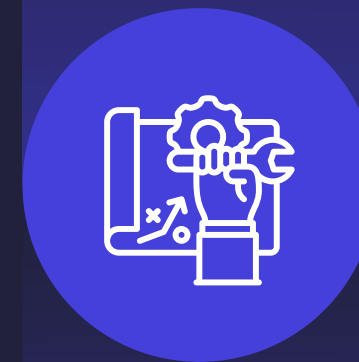
خطوات التنفيذ

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



المرحلة الأولى التخطيط التفصيلي

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



المرحلة الثانية التنفيذ والإشراف

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



المرحلة الثالثة التقييم والتسليم

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



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.

البداية

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

التنفيذ

ضمان تنفيذ الأنشطة والمهام بكفاءة لتحقيق الأهداف المحددة في الخطة.

التخطيط

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

الإغلاق

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

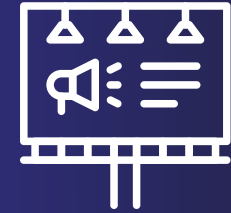
المراقبة والتحكم

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



خدماتنا |

الخدمات التنفيذية للتواصل والتسويق



تطوير وإطلاق الحملات التواصلية

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. الهدف هو بناء تواصل مستدام يعزز هوية المؤسسة ويرفع من ولاء العملاء.



إدارة الترويج المدفوع

تطوير وإدارة حملات إعلانية مدفوعة على مختلف المنصات الرقمية والتقليدية، لضمان وصول أسرع وأوسع للجمهور المستهدف مع تحقيق أفضل عائد استثماري للإعلانات.



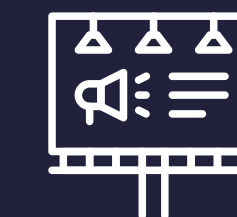
تنظيم الفعاليات

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



إدارة المؤثرين

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



تطوير وإطلاق الحملات التواصلية



ما الذي نقدمه؟

نقدم خدمة تصميم وتنفيذ حملات تواصلية مبتكرة وفعّالة تهدف إلى إيصال رسائل مؤثرة للجمهور المستهدف، باستخدام قنوات متنوعة واستراتيجيات مُحددة 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.

خطوات وآلية التنفيذ

الاجتماع لتمهيدي

1

- تصميم استراتيجية الحملة بناءً على تحليل البيانات.
- تحديد القنوات المناسبة (رقمية، تقليدية، أو مزيج منهما).
- جدولة الأنشطة الزمنية بما يضمن التنسيق بين العناصر المختلفة.

إعداد خطة الحملة

2

- مناقشة الأهداف العامة والخاصة للحملة.
- تحليل الجمهور المستهدف بالتفصيل.
- مراجعة السياق السوقي والمنافسين.

إعداد الرسائل والمحتوى الإبداعي

3

- صياغة الرسائل الأساسية للحملة.
- إنتاج المحتوى الإبداعي مثل الفيديوهات، والمنشورات، والعروض المرئية، والنصوص.
- اختبار الرسائل والمحتوى مع عينات من الجمهور (Focus Groups).

تنفيذ الحملة

4

- إطلاق الحملة عبر القنوات المحددة.
- إدارة العمليات اليومية للحملة مثل النشر، والرد على استفسارات الجمهور، وضمان الاتساق في الرسائل.
- التنسيق مع فرق العلاقات العامة والإعلانات المدفوعة لتحقيق التكامل.

مراقبة الأداء والتفاعل

5

- استخدام أدوات تحليل الأداء مثل Google Analytics، Insights على منصات التواصل الاجتماعي، وأدوات الترويج.
- قياس مستوى التفاعل، ومدى وصول الرسائل، ومعدلات التحويل.

تقييم النتائج وإعداد التقرير النهائي

6

- تحليل بيانات الأداء النهائية.
- إعداد تقرير شامل للعمليات يتضمن النجاحات والتحديات والتوصيات المستقبلية.
- تقديم خطة لتحسين الحملات القادمة استنادًا إلى الدروس المستفادة.





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 ومباشر 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 متنوعة مثل الفيديوهات، والصور والمنشورات.

جدولة المحتوى

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 لتناسب مع تنسيقات المنصات المختلفة (مثل قصص إنستغرام أو مقالات لينكدإن).

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.





إدارة الترويج المدفوع



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 مدروسة.
- تقديم رؤى تحليلية لتحسين الأداء المستقبلي.

تحديد الأهداف والجمهور المستهدف

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



تصميم الحملة الإعلانية

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



إطلاق وإدارة الحملة

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



تحليل الأداء والتقارير

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



خطوات وآلية التنفيذ

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





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 وتُعزز الولاء.
- خلق تأثير مستدام يدعم مكانة المؤسسة.

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.

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 تُحقق أهداف المؤسسة وتترك انطباعاً دائماً لدى الجمهور.

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.

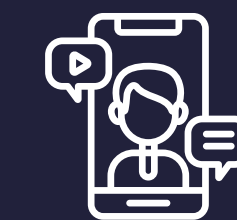
المرحلة الثالثة

مرحلة التنفيذ والإشراف

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

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





إدارة المؤثرين



ما الذي نقدمه؟

نقدم خدمة متكاملة لإدارة علاقات المؤثرين، تشمل تحديد المؤثرين الأنسب للعلامة التجارية، ووضع استراتيجية تعاونية فعّالة، 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 أصيلة من المؤثرين.
- بناء شراكات مستدامة مع مؤثرين يدعمون أهداف العلامة.
- دعم التفاعل وزيادة الانتماء للعلامة التجارية.

المرحلة الأولى

تحديد المؤثرين المناسبين

اختيار المؤثرين الأكثر تأثيراً وتوافقاً 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 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).

خطوات وآلية التنفيذ

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

المرحلة الرابعة

قياس الأداء وتقييم 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.

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 الجمهور والتأكد من الردود المناسبة.



خدماتنا |

خدمات التدريب

خدمات التدريب



التدريب على 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.



التدريب على التواصل مع الجمهور

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



تطوير وكتابة المحتوى

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



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 الفعّال.



السرد القصصي

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



التدريب على الظهور الإعلامي

إكساب القيادات والمسؤولين والمتحدثين 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.
- إجابة التعامل مع أسئلة الصحفيين.
- التوظيف الصحيح للغة الجسد.
- إتقان التعامل مع الأزمات الإعلامية.

محاوِر البرنامج

برنامج تدريبي مخصص للقيادات والمسؤولين 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.



خطوات وآليات 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، والإجابة مدعماً بالتوصيات.





التدريب على التواصل مع الجمهور

تمكين المشاركين من تطوير مهارات التواصل الفعال مع الجمهور بمختلف فئاته، وتعزيز قدراتهم على إيصال الرسائل المؤثرة بطريقة مهنية وموجهة، مما يساهم 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.

محاوِر البرنامج

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

- دراسة عميقة للمستفيد.
- إعداد تقرير مفصل للمتدرب قبل البدء بالتدريب، وفق مجموعة من القيم القابلة للقياس.
- 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 المثلى، والمقارنة بينها.
- جلسات تصوير تُحاكي أنماط الظهور والتواصل وعرضها للنقاش مع المتدرب.
- تقديم تقرير نهائي يُظهر ما تم إنجازه خلال فترة التدريب.
- رفع توصيات بناء على الناتج من عمليتي الظهور والتواصل.



محتوى البرنامج

1

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

2

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

3

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

4

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

5

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





تطوير وكتابة المحتوى

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

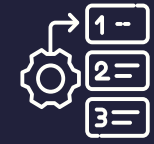
الأثر المتوقع

- 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.

محااور البرنامج

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

- أساسيات الكتابة الجذابة والواضحة.
- تقنيات صياغة العناوين والنصوص الموجهة.
- فهم احتياجات الجمهور وتكييف 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.



خطوات وآليات التنفيذ



التحليل والتقييم

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



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.





لغة الجسد

تطوير مهارات المشاركين 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.

محااور 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 ودلالاتها.
- كيفية استخدام لغة الجسد لبناء الثقة وتعزيز المصداقية.
- تقنيات التحكم بالمظهر 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.



خطوات وآليات التنفيذ

التحليل والتقييم

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

التدريب العملي (3 أيام)

- جلسات تدريبية تفاعلية تتضمن محاكاة مواقف حقيقية.
- تسجيل عروض المشاركين 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.





السرد القصي

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

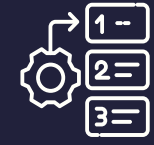
الأثر المتوقع

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

محاو البرنامج

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

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



خطوات وآليات التنفيذ

1

استبيان ما قبل التدريب

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

2

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.

3

المتابعة

- برنامج متابعة لمدة 90 يومًا.
- 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.





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





تطوير استراتيجية تواصل واستراتيجية علامة للمؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية.

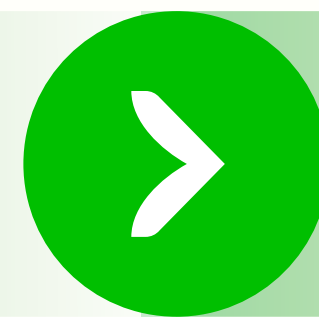
الهدف

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



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.
- بناء مبادرات تواصلية عملية تشمل مشروعات وأنشطة تحقق الأهداف التواصلية التي تم بناءها للمؤسسة.
- تحديد تموضع المؤسسة المستهدف في الصورة الذهنية لدى الفئات المستهدفة بالمقارنة ببقية الجهات الشبيهة.
- بناء هرم الرسائل الاستراتيجية والتكتيكية للمواضيع الشائعة للمؤسسة لإيصال الرسائل الصحيحة.



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

تعزيز التأمينات الاجتماعية وعلامتها الرئيسية لدى الفئات المستهدفة المختلفة، وتقليل التشتت 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.

الأثر والنتائج

نموذج بيت الرسائل الاستراتيجية

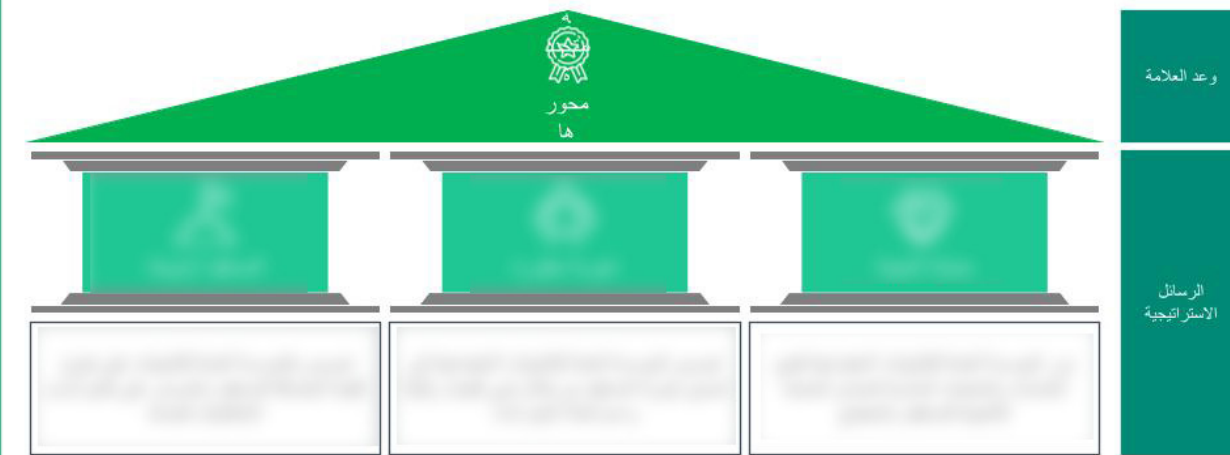
الرسائل الاستراتيجية

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

تحديد الرسائل الاستراتيجية للمؤسسة العالية للتأمينات الاجتماعية

مسارات التواصل

الرسالة الأساسية وأعمدة الرسالة الاستراتيجية



وعد العلامة

الرسائل الاستراتيجية



الفئات المستهدفة



الرسائل الاستراتيجية

نموذج الفئات المستهدفة

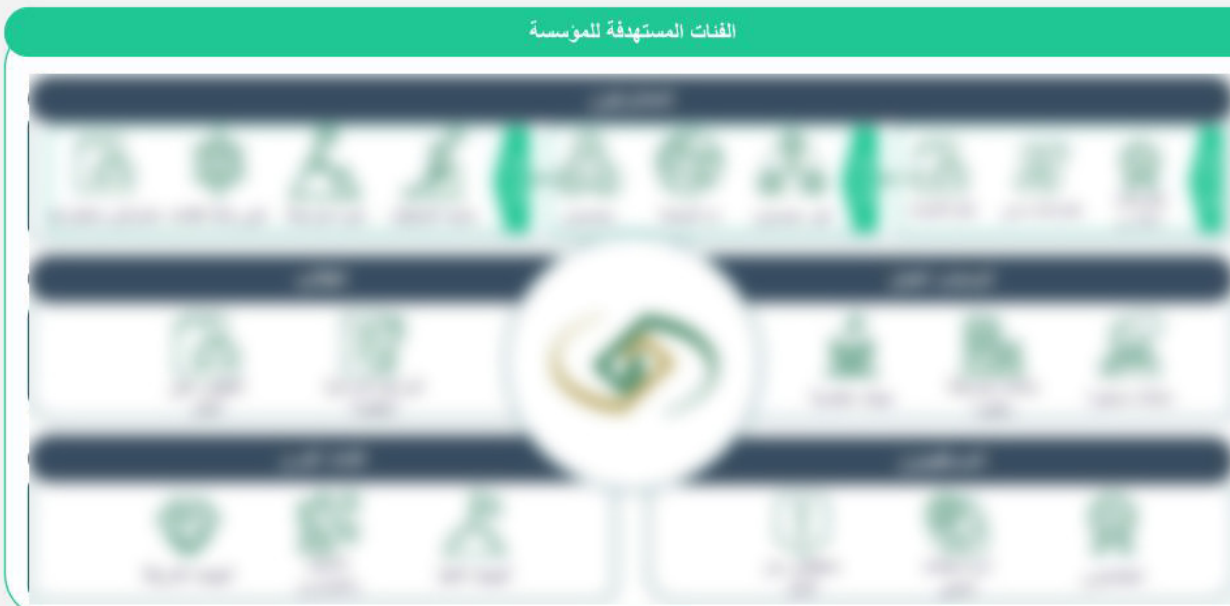
الفئات المستهدفة

تم تحديد الفئات المستهدفة التي تتعامل معهم المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية

تحديد الفئات المستهدفة للمؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية

مسارات التواصل

الفئات المستهدفة للمؤسسة



الفئات المستهدفة



الرسائل الاستراتيجية

نموذج تحليل الوضع الراهن

مرحلة البحث والفهم

1

الهدف من ورش العمل والمقابلات

الهدف المقابلات وورش العمل إلى فهم أعمق للتحديات والتطلعات في التواصل وتساها في بناء موامة استراتيجية التواصل مع توجهات المؤسسة

محاور نتائج ورش العمل والمقابلات

خطوات ورش العمل والمقابلات

مراحل البحث والفهم

1.1 ورش العمل والمقابلات

1.2 المسح الإعلامي

1.3 المقارنة المعيارية

1.4 الاستبيانات ومجموعات التركيز



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

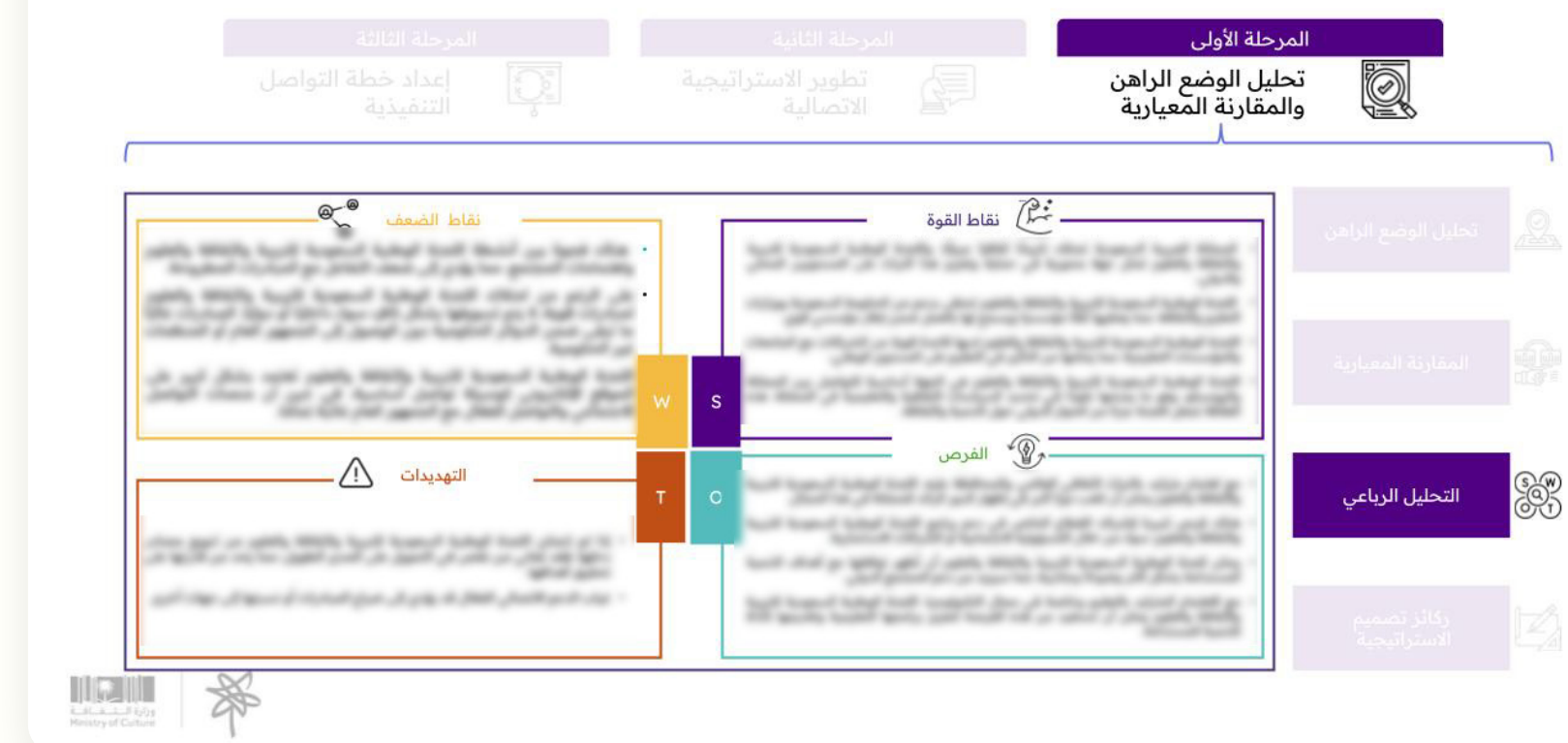
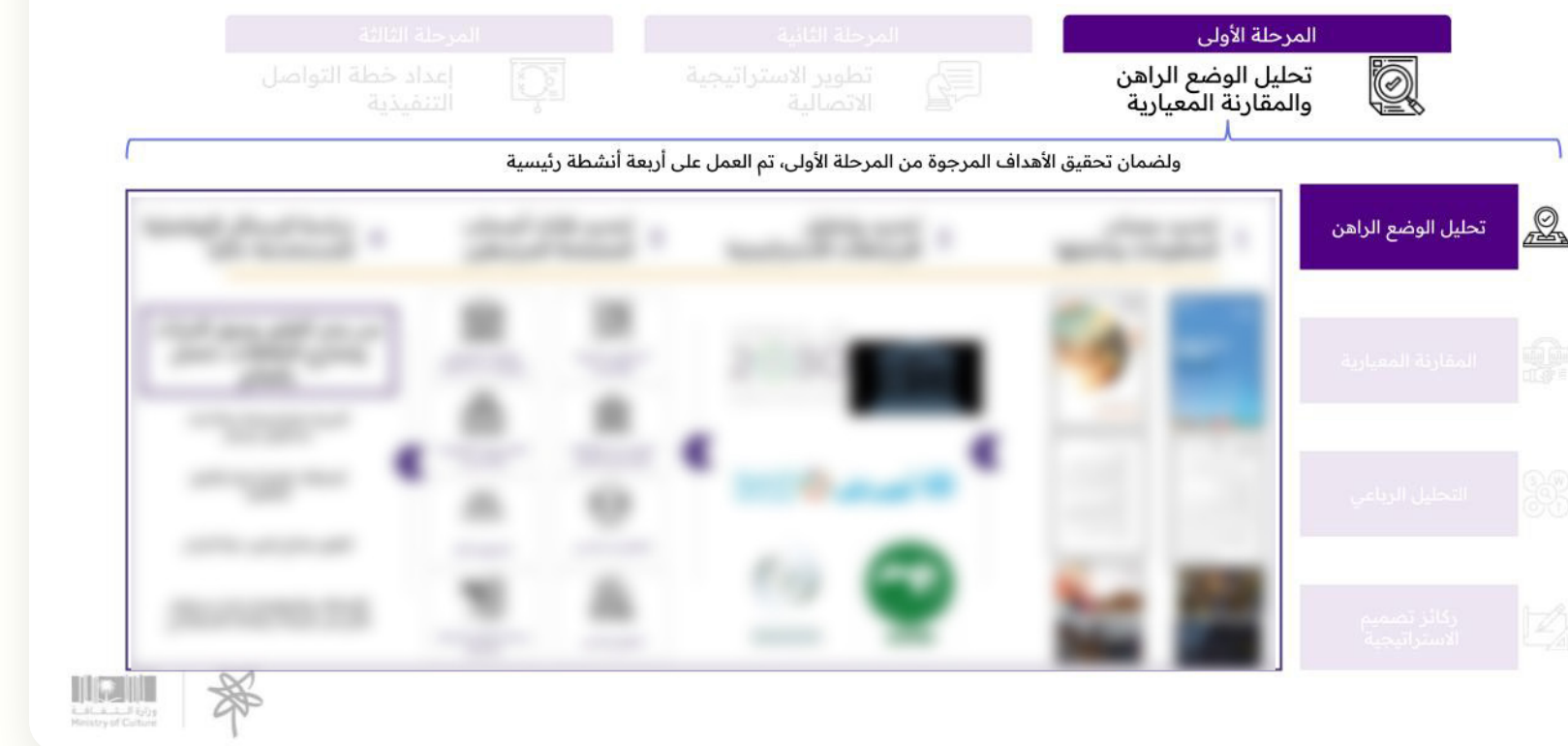


تطوير استراتيجية وخطة التواصل للجنة الوطنية السعودية للتربية والثقافة والعلوم

الهدف

وضع إطار استراتيجي متكامل 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
للتربية والثقافة والعلوم
Saudi National Commission for
Education, Culture and Science

اللجنة الوطنية السعودية للتربية والثقافة والعلوم

المخرجات

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

تتبنى اللجنة قيادة مؤثرة في مجالات التعليم والثقافة، حيث تقود المبادرات المحلية والدولية، موجهة الجهود نحو تعزيز مكانة المملكة كمرجع أساسي في هذه المجالات.

تركز اللجنة على تحقيق تواصل متكامل عبر القنوات التقليدية والرقمية، بهدف تعزيز الوصول إلى جميع شرائح المجتمع، من الفئات الشبابية إلى القادة الدوليين.

الآثار والنتائج

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

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



شركة ريمات
الرياض للتنمية
Remat Al-Riyadh

تطوير استراتيجية وخطة التواصل لشركة ريمات الرياض للتنمية

الهدف

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، خصوصًا 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.

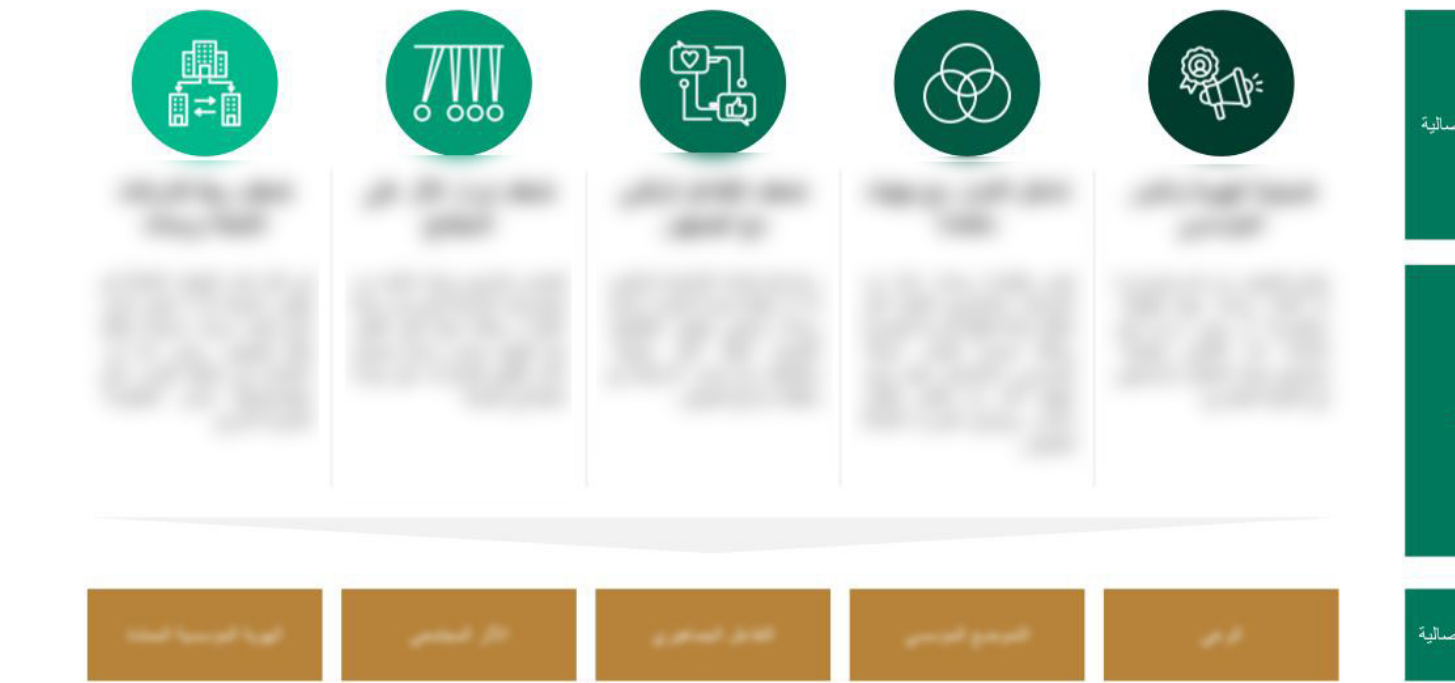




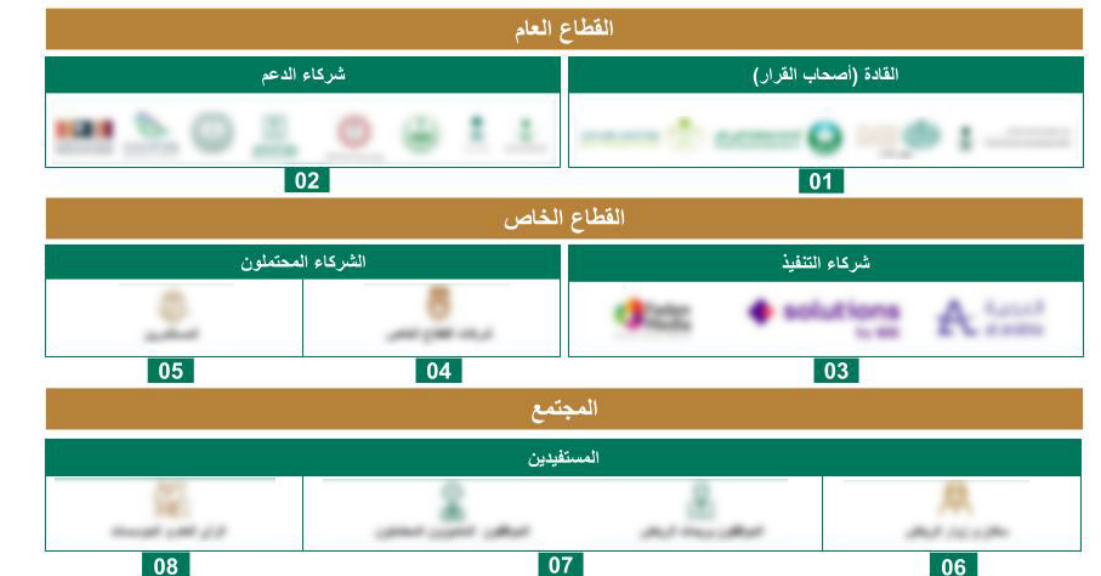
ولتوضيح دور ريمات بشكل أدق، تم تطوير تصور متكامل لسلسلة القيمة الخاصة بالخدمات البلدية بهدف فهم موقعها ودورها ضمن منظومة تقديم هذه الخدمات.



3



5



الجهات المستفيدة من الخدمات البلدية

المخرجات

- مستند لفهم الوضع الراهن وتحليل التحديات الاتصالية المرتبطة بهوية ودور الشركة.
- توثيق مرثيات الشركاء والفئات المستهدفة (أصحاب القرار، الجهات الداعمة، المجتمع، القطاع الخاص).
- دراسة مرجعية لأفضل الممارسات الاتصالية في شركات التنمية الحضرية محلياً وعالمياً.
- تطوير استراتيجية تواصل متكاملة تشمل: نبذة الخطاب والرسائل الرئيسية - خطة التفاعل مع الفئات المختلفة - توزيع الأدوار التواصلية بين ريمات والشركات المرتبطة.
- خطة تنفيذية شاملة تتضمن 3 مسارات رئيسية:
 1. خطة إدارة الأزمات والمخاطر الإعلامية
 2. مسار استراتيجيات منصات التواصل
 3. مسار حوكمة الظهور الإعلامي



الأثر والشائج

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

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

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

زيادة وعي سكان وزوار مدينة الرياض بأدوار ريمات وخدماتها، بما يدعم صورة الشركة كمحرك للتنمية الحضرية الحديثة.

بناء جاهزية مؤسسية عالية للتعامل مع الأزمات أو القضايا الإعلامية المحتملة، عبر خطط استباقية مدروسة.

الموارد البشرية
والتنمية الاجتماعية

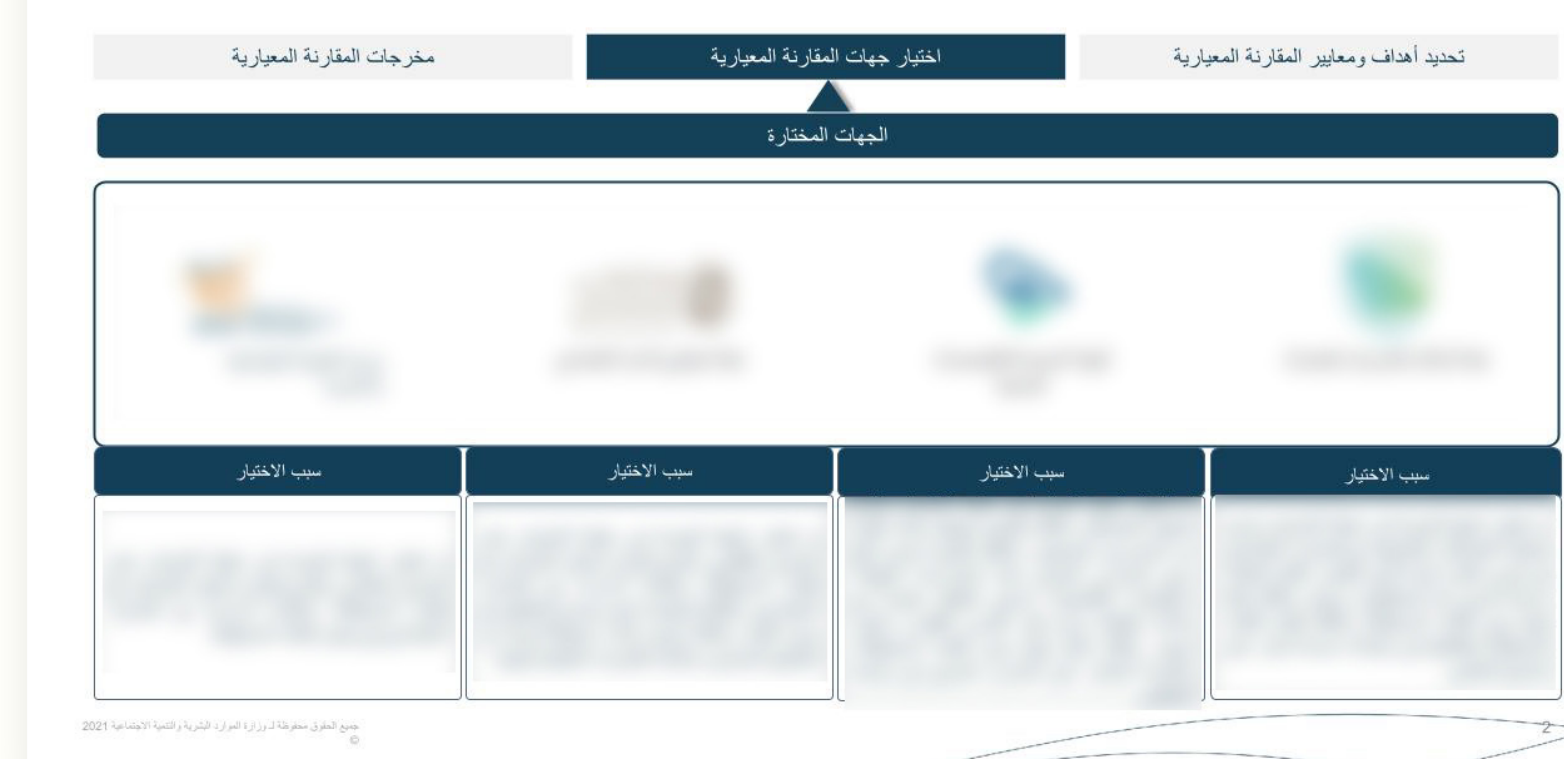


تطوير استراتيجية تواصل شاملة لوكالة الضمان الاجتماعي والتمكين

الهدف

تسعى وكالة الضمان الاجتماعي والتمكين إلى تطوير استراتيجية تواصل فعالة تُعرّف بخدماتها وبرامجها وممكناتها، وتُعزز 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، ورسائل إعلامية موجهة، وآليات قياس دقيقة للأثر.





الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية



المخرجات

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

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

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

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

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

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

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

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

الأثر والناتج



الهيئة العامة للتجارة الخارجية
Saudi General Authority of Foreign Trade

تطوير التقرير السنوي

الهدف

تطوير التقرير السنوي الخاص بالهيئة العامة للتجارة الخارجية
محتويًا على جميع الأنشطة المختلفة مع خطة لإطلاقه لمختلف
أصحاب المصلحة.



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

الترفيه والتسلية



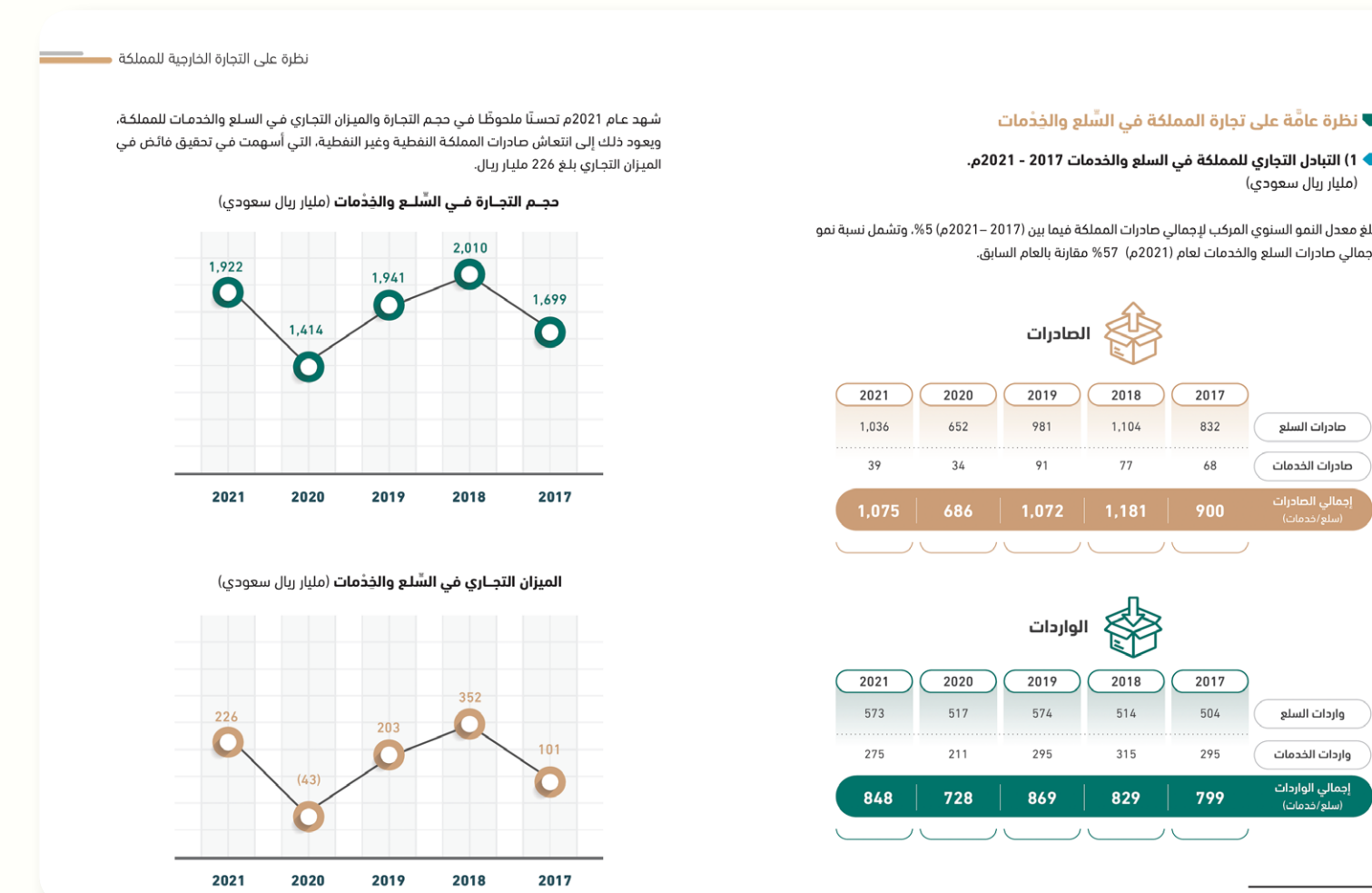
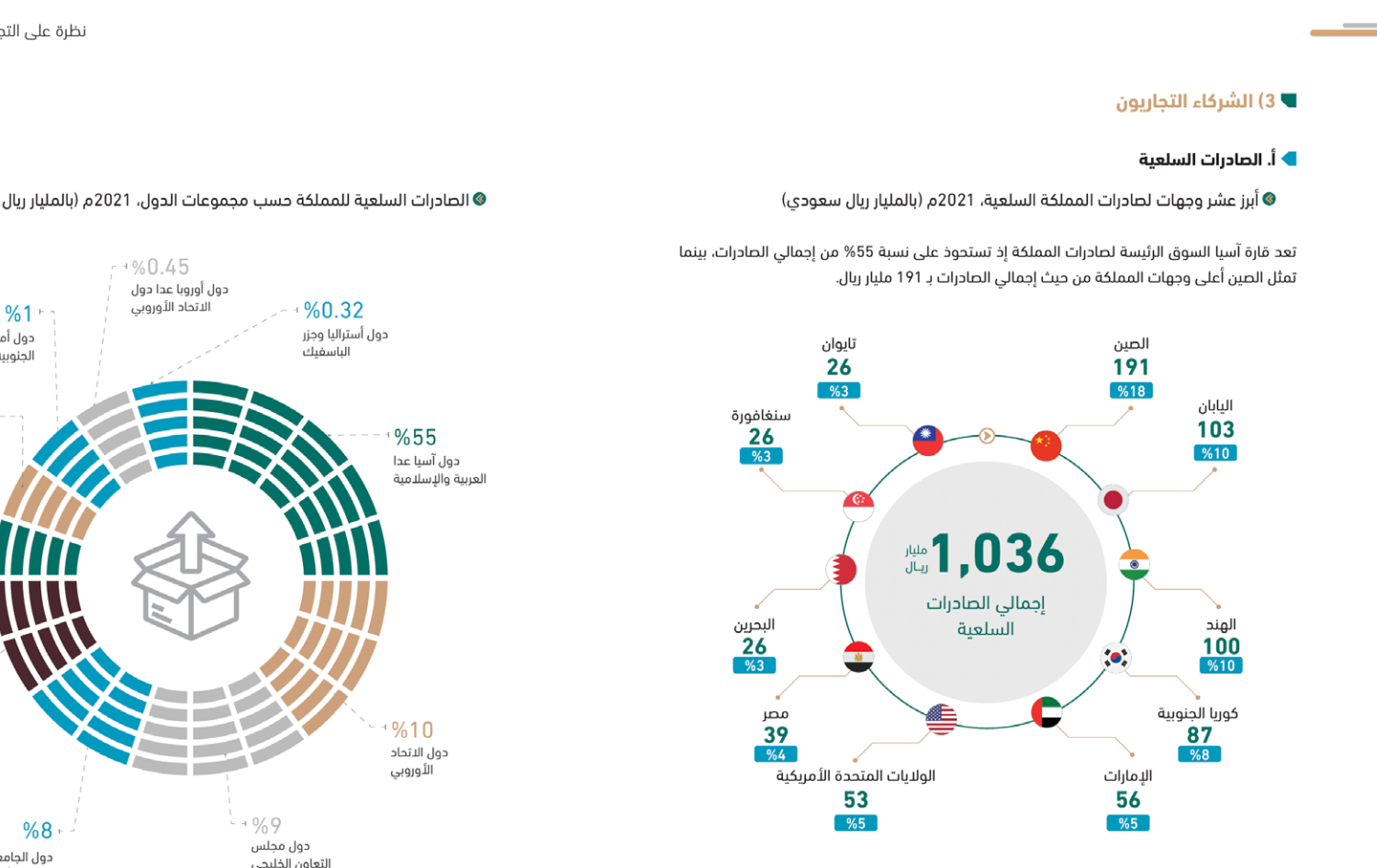
تعزيز ظهور الهيئة العامة للتجارة الخارجية لدى مختلف أصحاب المصلحة.



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



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



لا إله إلا الله محمد رسول الله

SIDF

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.

نموذج شخصية العلامة التجارية

شخصية العلامة

جميع الحقوق محفوظة 2024

نموذج تطوير الفئات المستهدفة

جميع الحقوق محفوظة 2024

نموذج غاية العلامة التجارية

الطموح الاستراتيجي

بيان الغاية

الغاية الاستراتيجية	الغاية الوسيطة	الغاية التشغيلية
تعزيز القدرة التنافسية للعلامة التجارية في السوق المحلية والإقليمية والدولية.	تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء.	تعزيز الوعي بالعلامة التجارية بين المستهلكين.
تعزيز القدرة التنافسية للعلامة التجارية في السوق المحلية والإقليمية والدولية.	تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء.	تعزيز الوعي بالعلامة التجارية بين المستهلكين.
تعزيز القدرة التنافسية للعلامة التجارية في السوق المحلية والإقليمية والدولية.	تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء.	تعزيز الوعي بالعلامة التجارية بين المستهلكين.

جميع الحقوق محفوظة 2024

المخرجات

- تحديد وتحليل أبرز التحديات التسويقية التي يواجهها الصندوق في التواصل مع عملائه وأصحاب المصلحة باستخدام الأدوات التحليلية.
- تحديد طموح العلامة الاستراتيجية 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 ومترابطة توضح دور الصندوق كممكن أساسي في دعم التحول الصناعي وتعزيز القدرة التنافسية للمملكة.

الأثر
والنتائج

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

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

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

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



تطوير التقرير السنوي

الهدف

تطوير التقرير السنوي الخاص بالهيئة العامة للأوقاف محتوىً على جميع الأنشطة المختلفة مع خطة لإطلاقه لمختلف أصحاب المصلحة.

المخرجات

• تطوير التقرير السنوي محتويًا على جميع المبادرات والإنجازات.

• بناء خطة إطلاق التقرير مستهدفين مختلف أصحاب المصلحة من القيادات والموظفين والجهات الأخرى والمستفيد النهائي.



الأثر والتأثير



تعزيز ظهور الهيئة العامة للأوقاف لدى مختلفين لدى مختلف أصحاب.



إبراز حجم المشاريع المختلفة والإنجازات لدى الهيئة العامة للأوقاف المتميزة في المملكة.



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

ثانيًا
الخدمات المساندة والتحول الرقمي:

تشمل الخدمات المساندة توفير الدعم البشري والتقني واللوجستي للقطاعات الهيئة، بالإضافة إلى عمليات التدوّل الرقمي والأمن السيبراني بالهيئة والقطاع الوقفي.

ويتمّ ذلك من خلال وضع أهداف لخدمة استراتيجية ومؤشرات أداء استراتيجية تضمن تنفيذ هذه الأعمال بالدقة والسعة التي تلبي احتياجات الهيئة، بالإضافة إلى قيادة قطاع الأوقاف من خلال التدوّل الرقمي وتمكين القطاع الوقفي رقمياً، ووضع المعايير غير الأثرية لخدمة القطاع الوقفي.

أبرز الإنجازات

تمّ تحقيق عدد من الإنجازات على المستوى الاستراتيجي والتشغيلي ومن أبرز تلك الإنجازات إطلاق عدد من الخدمات الإلكترونية الدورية للقطاع الأوقاف، مثل: منشئي "استدامة" و"مكن" لتدقيق استدامة المالية للجهات غير الأثرية، وتوجيه مصارف الأوقاف إلى برامج عالية الأثر، ورفع كفاءة المستندات، والالتقاء من تجهيز البنية التحتية في مراكز الخدمات الخالية للهيئة، وتمكين دور المرأة داخل أعمال الهيئة حتى وصلت نسبة المؤشرات 16% من إجمالي مندوبي الهيئة، ورفع نسبة توظيف الوظائف حتى وصلت إلى 98%.



كلمة
محافظ الهيئة العامة للأوقاف

بمرّ العام تلو العام والهيئة العامة للأوقاف تحقّق الإنجاز تلو الإنجاز ندو مزيد من التعلّم والتطوّر للقطاع الوقفي وإنجاز المهام والمسؤوليات المناطة بها، للمحافظة على استمرار نموّ القطاع ومؤسّساته، وتفعيل دوره التنموي اقتصادياً واجتماعياً.

وفد كان العام 2020م حافلاً بالعمل والإنجاز على الرغم ممّا انتفضه من تحديات ناجمة من تداعيات جائحة كورونا، التي شكّلت تحدياً كبيراً في جميع مستويات العمل، ممّا تطلّبت اتخاذ العديد من الإجراءات والجهود للتغلّب عليها، وأسهمت الهيئة في هذه الجهود بفاعلية، ومن ذلك تدشين الصندوق المجتمعي للتخفيف من آثار كورونا برأس مالي قدره 500 مليون ريال، لتفعيل إسهام الأوقاف والقطاع العاملين في الأثرية في التخفيف من آثار الجائحة، وذلك بمبادرة من وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية والهيئة العامة للأوقاف، وبمشاركة عدد من الجهات الأخرى، كما أسهمت الهيئة في غم الحملة الوطنية للتوعية عن وباء كورونا.

كما حققت الهيئة عدداً من الإنجازات النوعية، ومنها إصدار 898 شهادة تسجيل وقف (بنسبة زيادة قدرها 123% مقارنة بالعام 2019م)، وأسس مركز الريادة الوقفي، وطرح أكثر من 200 فرصة استثمارية بقطاع الأوقاف، بالإضافة إلى الإنجازات الأخرى في مجالات المصارف وخدمات الأوقاف، والتدوّل الرقمي.

لقد كان العام 2020م حافلاً بالعمل والإنجاز، على الرغم ممّا انتفضه من تحديات، وقد حققت الهيئة فيه عدداً من الإنجازات النوعية.



ثالثاً
منظومة التزامات الهيئة ببرامج رؤية المملكة 2030

1. برامج تحقيق الرؤية التي تُسهم الهيئة فيها:
2. المبادرات التي تم إطلاقها:

تم إطلاق ثلاث مبادرات هي:

- برنامج التدوّل الوطني 2.0.
 - برنامج خدمة ضيوف الرحمن.
- ب- إنشاء صندوق لتمويل مشاريع خدمة ضيوف الرحمن من خلال تفعيل الأوقاف والاستفادة من التمويل الجماعي - برنامج خدمة ضيوف الرحمن.
- ج- شبكة المؤسّسات المانحة لخدمة ضيوف الرحمن - برنامج خدمة ضيوف الرحمن.

3. أهداف رؤية المملكة 2030 ذات الارتباط بأدوار الهيئة وأهدافها الاستراتيجية:

أهداف المستوى الأول	أهداف المستوى الثاني	أهداف المستوى الثالث
1- تعزيز القيم الإسلامية والهيئة الوطنية	1-1 تعزيز القيم الإسلامية والهيئة الوطنية	1-1-1 تعزيز القيم الإسلامية والهيئة الوطنية
2- تعزيز بيئة العمل	2-1 تعزيز بيئة العمل	2-1-1 تعزيز بيئة العمل
3- تعزيز خدمة الضيوف	3-1 تعزيز خدمة الضيوف	3-1-1 تعزيز خدمة الضيوف
4- تعزيز خدمة الضيوف	4-1 تعزيز خدمة الضيوف	4-1-1 تعزيز خدمة الضيوف
5- تعزيز خدمة الضيوف	5-1 تعزيز خدمة الضيوف	5-1-1 تعزيز خدمة الضيوف
6- تعزيز خدمة الضيوف	6-1 تعزيز خدمة الضيوف	6-1-1 تعزيز خدمة الضيوف
7- تعزيز خدمة الضيوف	7-1 تعزيز خدمة الضيوف	7-1-1 تعزيز خدمة الضيوف
8- تعزيز خدمة الضيوف	8-1 تعزيز خدمة الضيوف	8-1-1 تعزيز خدمة الضيوف
9- تعزيز خدمة الضيوف	9-1 تعزيز خدمة الضيوف	9-1-1 تعزيز خدمة الضيوف
10- تعزيز خدمة الضيوف	10-1 تعزيز خدمة الضيوف	10-1-1 تعزيز خدمة الضيوف

4. الركائز والأهداف الاستراتيجية:

أ - تطوير الأنظمة ودعومة قطاع الأوقاف:	ب - تنمية قطاع الأوقاف:	ج - تطوير المصارف:	د - تعزيز التعلّم المؤسسي:
رفع مستوى الجودة. تطوير متطلبات الإحصاء.	تحديث الأنظمة لتكون أكثر مرونة وملاءمة للاحتياجات الراهنة والمستقبلية. تطوير بيئة العمل الوقفي. تطوير بيئة العمل الوقفي.	توجيه المصارف إلى برامج عالية الأثر.	تعزيز التعلّم المؤسسي.

هيئة الزكاة والضريبة والجمارك
Zakat, Tax and Customs Authority

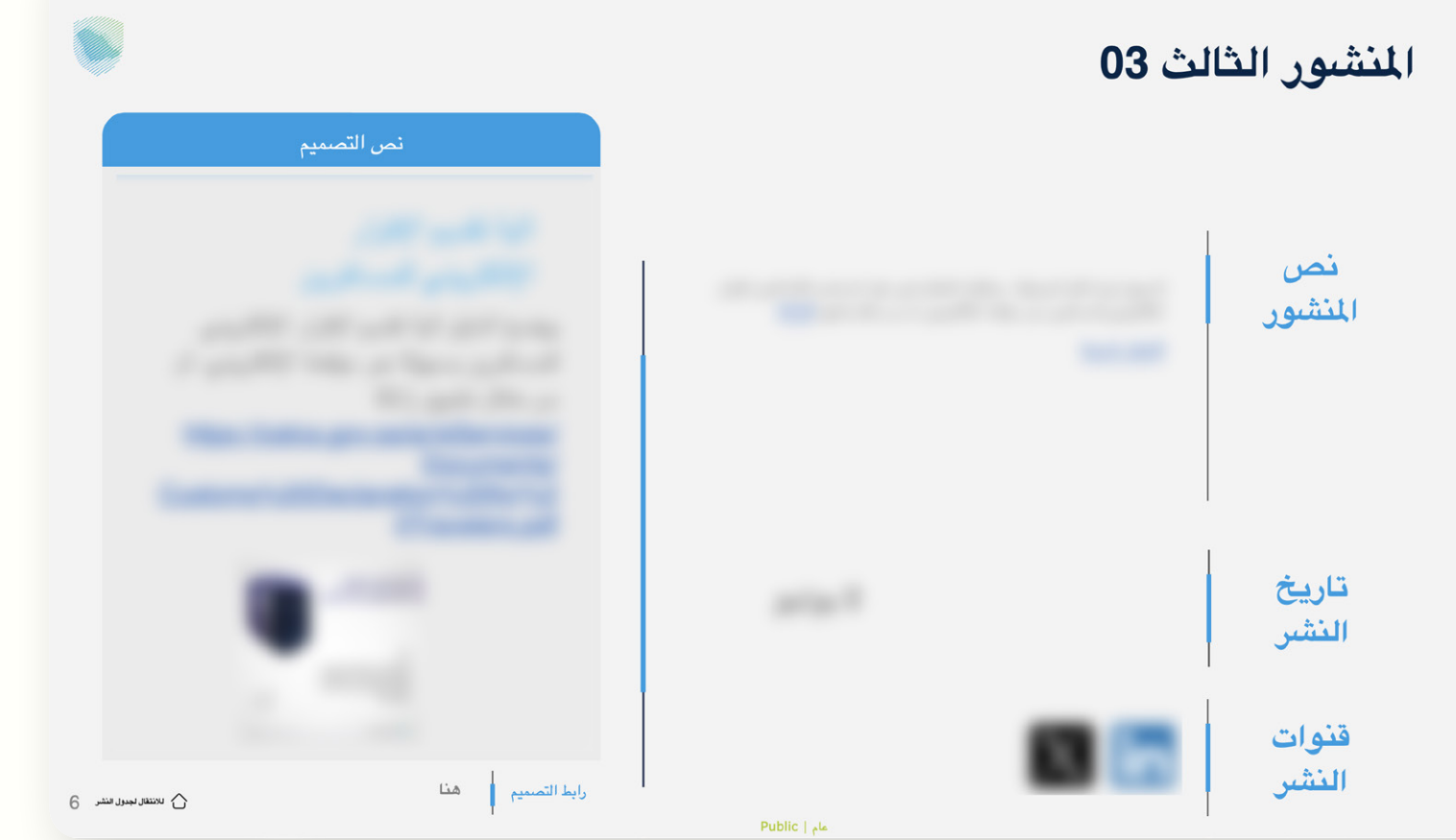


تطوير المحتوى التوعوي والإرشادي لهيئة الزكاة والضريبة والجمارك

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، تساهم في رفع وعي المكلفين والمعنيين بالخدمات المختلفة للهيئة، وتسهل عليهم فهم الأنظمة والالتزام بها.

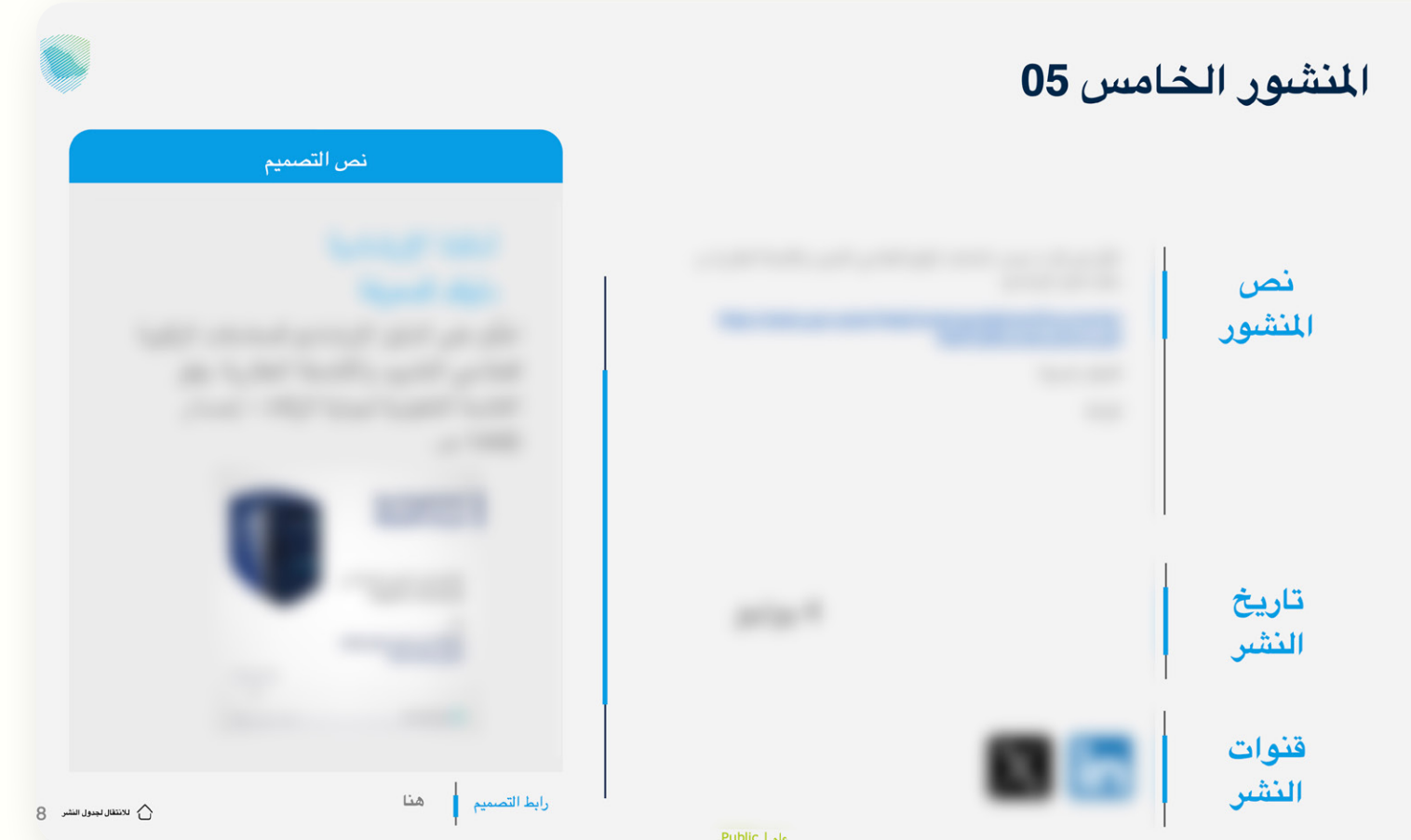
المشور الثالث 03



جدول النشر

الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	السبت
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

المشور الخامس 05



هيئة الزكاة والضريبة والجمارك

هيئة الزكاة والضريبة والجمارك
Zakat, Tax and Customs Authority

المخرجات

- إعداد وصياغة مواد توعوية متخصصة تتوافق مع الأنظمة الزكوية والضريبية والجمركية، من خلال دراسة الأدلة الإرشادية الخاصة بها.
- تطوير محتوى ثنائي اللغة يُراعي الفروقات القانونية والثقافية للمكلفين محليًا ودوليًا.
- إنتاج 8 تقاويم محتوى متنوعة تغطي مختلف الموضوعات والفئات المستهدفة، بما يضمن الاستمرارية في رفع الوعي على مدار العام.
- كتابة محتويات التصميمات المتحركة والثابتة بطريقة

- 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 إبداعي مبتكر ثنائي اللغة، بما يضمن الدقة والجودة ونقل المعنى بالأسلوب السليم.

تعزيز الصورة الذهنية للهيئة
كجهة مرجعية واضحة وداعمة
للمكلفين والمجتمع.رفع مستويات الامتثال والالتزام
من خلال تيسير فهم الأنظمة
والتعليمات.تبسيط المفاهيم الزكوية
والضريبية والجمركية لمختلف
الفئات المستهدفة بأسلوب
واضح وسلس.

الأثر والنتائج

ضمان التوازن بين الدقة القانونية والوضوح الاتصالي
في كافة المواد المكتوبة.تمكين الهيئة من إدارة الحملات التوعوية بشكل
منهجي ومستدام عبر تقاويم المحتوى السنوية.

مجمع الملك سلمان العالمي للغة العربية

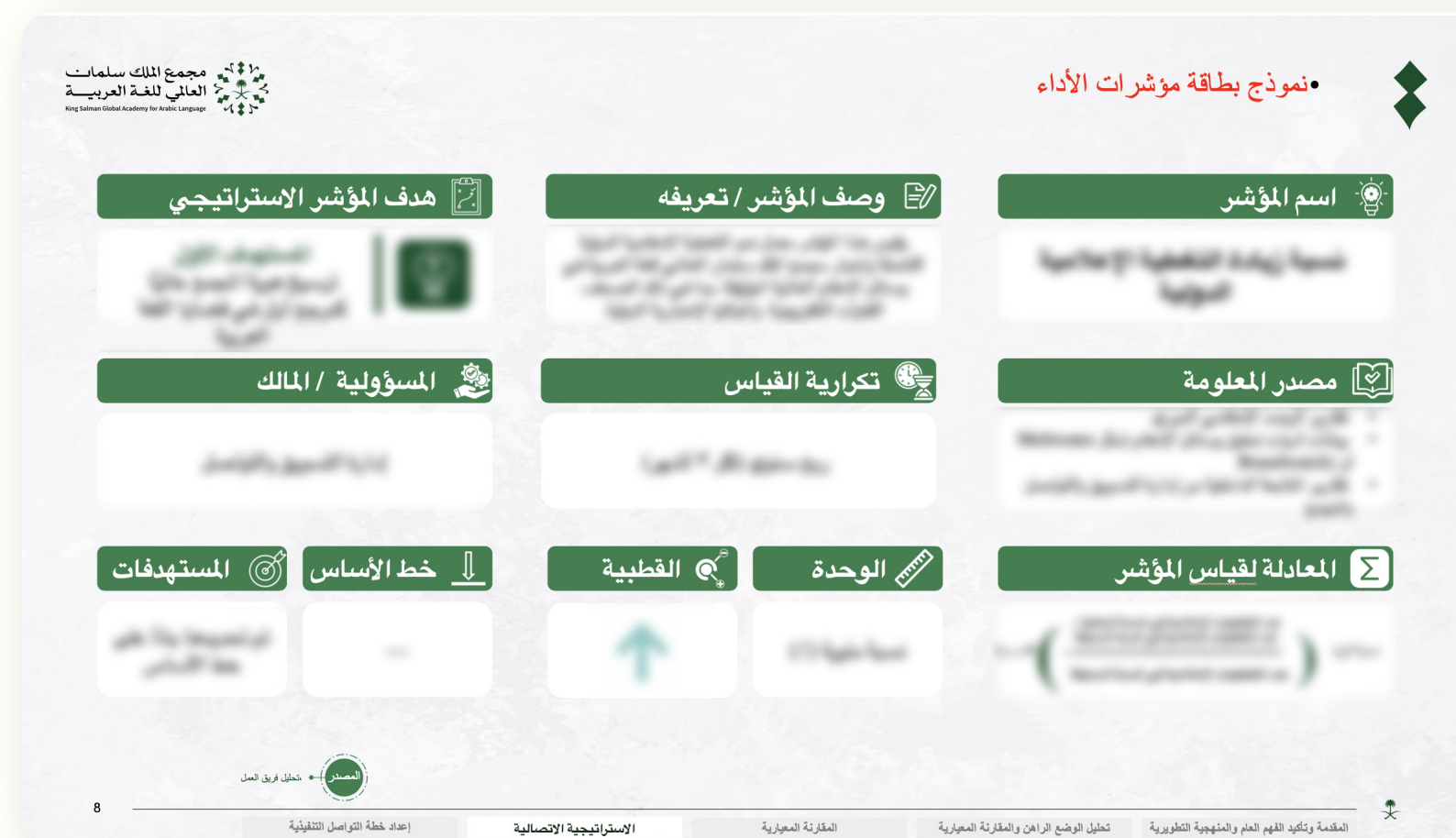
King Salman Global Academy for Arabic Language



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 وتحصح 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 مرجعًا عالميًا في دعم وتمكين اللغة العربية.



مجمع الملك سلمان العالمي للغة العربية

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

المخرجات

- تحليل الوضع الراهن والتحديات الاتصالية التي يواجهها المجمع
- 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 وسلاسل النشر
3. أدوات التفاعل الإعلامي
4. مؤشرات الأداء للقياس والمتابعة

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

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

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

تحسين الصورة الذهنية للمجمع محليًا ودوليًا، والانتقال من دور أكاديمي ضيق إلى دور شامل جامع للمجالات الثقافية والرقمية والتقنية.

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

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



الأثر والنتائج

نرحب بفرصة التعاون معكم!