



خطة التسويق الرقمي لعام 2025

Digi Mark

Turning
Ideas into
Impact

إعداد: بدور المطيري





المحتويات

3	◀ نبذة عن العلامة التجارية
9	◀ هوية العلامة
16	◀ الأهداف
20	◀ تحليل الموقف
22	◀ تحليل المنافسين
27	◀ الفئة المستهدفة
34	◀ إستراتيجيات التسويق
38	◀ إنشاء الموقع
57	◀ حسابات مواقع التواصل الإجتماعي
59	◀ فيديو الذكاء الإصطناعي
61	◀ الحملات الإعلانية
65	◀ حملة إنستقرام
69	◀ حملة تويتر - إكس
74	◀ حملة تيك توك
79	◀ البريد الإلكتروني
81	◀ إعلانات قوقل



Digi Turning
Ideas into
Impact
Mark

01

نبذة عن العلامة



نبذة عن العلامة

Digi Turning
Ideas into
Impact
Mark

هي علامة تجارية سعودية تأسست في عام 2025، متخصصة في التسويق الرقمي والتصميم المرئي. تقدم خدماتها المتكاملة للشركات الصغيرة والمتوسطة في جميع أنحاء المملكة بهدف تعزيز حضورها الرقمي وهويتها البصرية من خلال حلول مبتكرة تشمل إدارة وسائل التواصل الاجتماعي، تحسين محركات البحث (SEO)، تصميم وتطوير المواقع الإلكترونية، وخدمات التصميم المرئي. تسعى DigiMark لتكون الشريك المفضل للشركات لتحقيق النجاح الرقمي والنمو المستدام.



تمكين الشركات الصغيرة والمتوسطة من تحقيق نجاح رقمي وهوية بصرية مميزة عبر حلول مبتكرة ومستدامة.

تقديم حلول تسويقية وتصميمية متكاملة تُعزز من قدرة الشركات على التواصل الفعّال مع عملائها وتحقيق أهدافها التجارية.

أن نصبح الشريك المفضل للشركات في المملكة لتحقيق النجاح الرقمي والتميز البصري.



قصة العلامة التجارية

عندما نُفكر في الشركات الصغيرة والمتوسطة، نرى الكثير من الطموح والشغف الذي يسعى لتقديم خدمات ومنتجات مميزة، ولكن تواجه هذه الشركات تحديًا كبيرًا في إيصال رسالتها وتسويق هويتها بشكل فعال في عالم يعجّ بالمنافسة الرقمية. هنا بدأت قصتنا؛ رؤية واضحة لتمكين هذه الشركات وإرشادها لتحقيق أقصى استفادة من التسويق الرقمي. لطالما كنت أؤمن أن التسويق الرقمي ليس مجرد أداة لزيادة المبيعات أو تحسين الصورة العامة، بل هو فن يُجسد رؤية العلامة التجارية وروحها. مع مرور الوقت، بدأت ألاحظ فجوة في احتياجات السوق، فجوة تحتاج إلى حلول إبداعية تستند إلى الفهم العميق لرغبات الجمهور وأهداف الشركات.

في بداية رحلتي مع DIGIMARK، قمت بتحليل التحديات التي تواجهها الشركات الصغيرة والمتوسطة، واكتشفت أن العديد منها يعاني من نقص المعرفة والخبرة في كيفية استخدام أدوات التكنولوجيا الحديثة للتسويق. ومن هنا انطلقت فكرة تقديم خدمات متكاملة ومخصصة، تجمع بين الإبداع والاحترافية لتلبي احتياجات العملاء بطرق مبتكرة. خدماتنا لم تكن مجرد خدمات، بل تجربة فريدة. بدءًا من تصميم الشعارات والهويات البصرية التي تعكس شخصية العميل، إلى تحسين محركات البحث (SEO) لضمان ظهور العلامة التجارية أمام الجمهور المناسب، وصولاً إلى التحليلات الرقمية التي تقدم صورة واضحة عن الأداء وتساعد في اتخاذ قرارات مدروسة. كل تفصيلة في خدماتنا تُبنى بعناية، لأننا نعلم أن التفاصيل الصغيرة تصنع الفرق الكبير.

اليوم، أرى DIGIMARK ليس فقط كعلامة تجارية، بل كرحلة طويلة مليئة بالإبداع، والتحديات، والنجاحات. نسعى دائمًا لأن نكون شركاء النجاح لكل من يطمح إلى التميز والريادة. ونؤمن أن المستقبل يحمل الكثير من الفرص، و DIGIMARK ستظل دائمًا على استعداد لتقديم الأفضل.



قيم الشركة



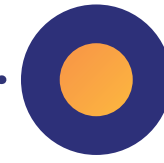
التمييز

الالتزام بتقديم نتائج
تفوق التوقعات.



التواصل الفعّال

بناء شراكات قائمة على
الشفافية والتفاهم.



النمو المستدام

دعم الشركات لتحقيق
نمو طويل الأمد.



الإبداع

تقديم حلول مبتكرة
لتعزيز تفرد عملائنا.



الإحترافية

تقديم خدمات بجودة
عالية تعكس الخبرة
والتمييز.

خدمات الشركة



01 بناء العلامة التجارية

- تطوير استراتيجية العلامة التجارية.
- تصميم الهوية البصرية والشعارات.
- صياغة القيم الأساسية والرؤية.
- تصميم تجربة العلامة التجارية.



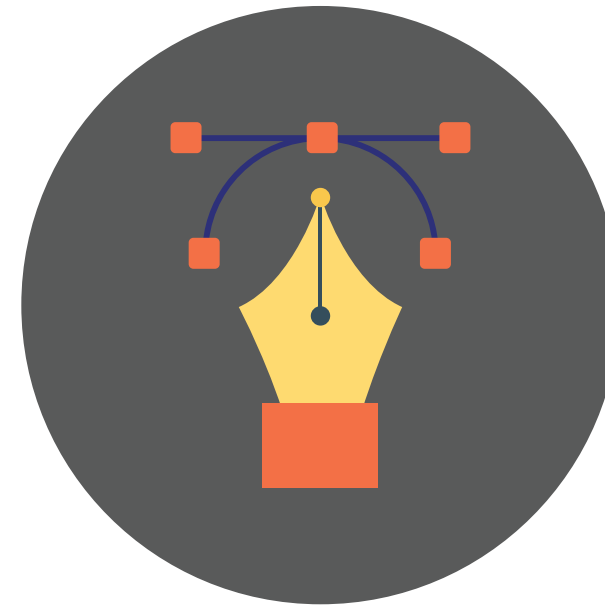
02 استشارات الهوية التجارية

- تقديم استشارات لتحسين صورة العلامة التجارية.
- تحليل السوق والمنافسين لتطوير الميزة التنافسية.
- ضمان الاتساق بين مكونات الهوية.



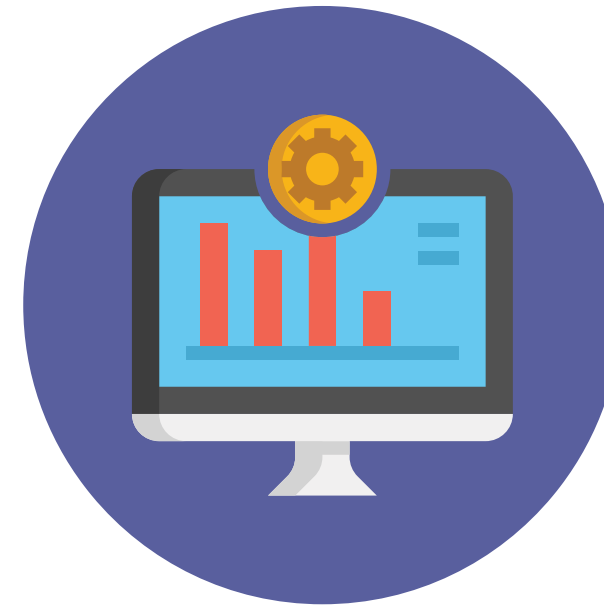
03 أعمال التصميم المرئي

- تصميم الشعارات والهويات البصرية.
- تطوير المواد التسويقية.
- تصميم وتنفيذ المواقع الإلكترونية.
- إعداد تصاميم تسويقية مبتكرة.



04 التسويق الرقمي

- إدارة حسابات التواصل الاجتماعي.
- تحسين محركات البحث (SEO) لتحقيق ظهور أفضل.
- بناء استراتيجيات إعلانات مدفوعة.
- تطوير حملات تسويقية فعالة.



05 التسويق بالمحتوى

- إعداد استراتيجيات محتوى مبتكرة.
- كتابة قصص جذابة للعلامات التجارية.
- تصميم وإنشاء محتوى إبداعي ومؤثر.



Digi Turning
Ideas into
Impact
Mark

02

هوية العلامة التجارية



هوية العلامة التجارية



شعار DigiMark هو أكثر من مجرد تصميم؛ إنه انعكاس لرؤية العلامة التجارية وفلسفتها في تحقيق التميز والنمو. كل عنصر من عناصر الشعار تم تصميمه بعناية ليحمل رسالة تعبر عن جوهر DigiMark وما تقدمه لعملائها.



dm

الشعار الفرعي

الشعار الفرعي يعكس هوية DigiMark و يعبر عن الجانب العملي والمرن للعلامة التجارية مع الحفاظ على جذورها الاحترافية.

الأحرف الصغيرة: ترمز إلى المرونة والحدثة في تقديم الخدمات.

التداخل البسيط بين الأحرف: يرمز إلى التكامل بين الإبداع والتقنية، وهو جوهر خدماتنا.

DigiMark
Turning Ideas into Impact

الشعار الأساسي

الشعار الأساسي لـ DigiMark هو شعار نصي (Wordmark) بسيط وأنيق يعكس الاحترافية والوضوح. يعبر عن رؤية العلامة التجارية في تحويل الأفكار إلى تأثير ملموس، مع التركيز على الحدثة والتميز في كل تفاصيله.

تنوع الزوايا: الزوايا الحادة تمثل الحسم والاحترافية، بينما الانسيابية ترمز للإبداع والابتكار.

حرف K: يحمل سهمًا يشير للنمو والتطور المستمر مع عملائنا، كما يرمز إلى فتحة المقص، في إشارة إلى تميزنا وقدرتنا على التفوق في المجال وقيادة السوق الرقمية.

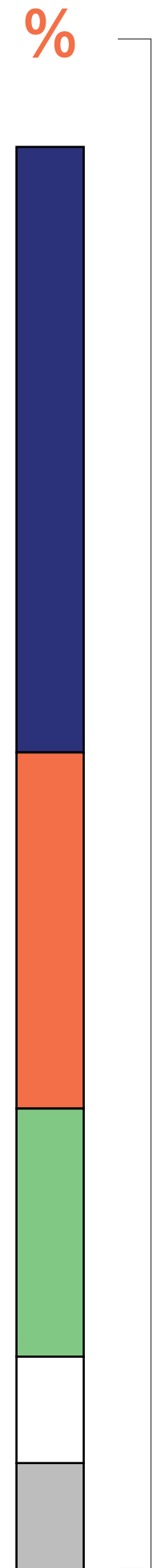
هوية العلامة التجارية

فلسفة الشعار

شعار DigiMark يرمز إلى رحلتنا المشتركة نحو تحقيق أهداف كبيرة وترك أثر مستدام، فنحن نؤمن بأن كل عميل هو شريك في النجاح.

الاسم: يجمع بين «Digital» التي ترمز إلى العالم الرقمي والتكنولوجيا الحديثة، و«Mark» التي تشير إلى العلامة أو البصمة المميزة التي نتركها، هذا التداخل يعبر عن مهمتنا الأساسية: مساعدة عملائنا على تحقيق أثر رقمي مميز لا يُنسى، وترك بصمة فريدة في مجالاتهم.

السلوغن: «Turning Ideas into Impact» يجسد جوهر رؤيتنا، حيث نعمل على تحويل أفكار عملائنا إلى إنجازات ملموسة وأثر مستدام، مما يعزز من نجاحهم في العالم الرقمي.



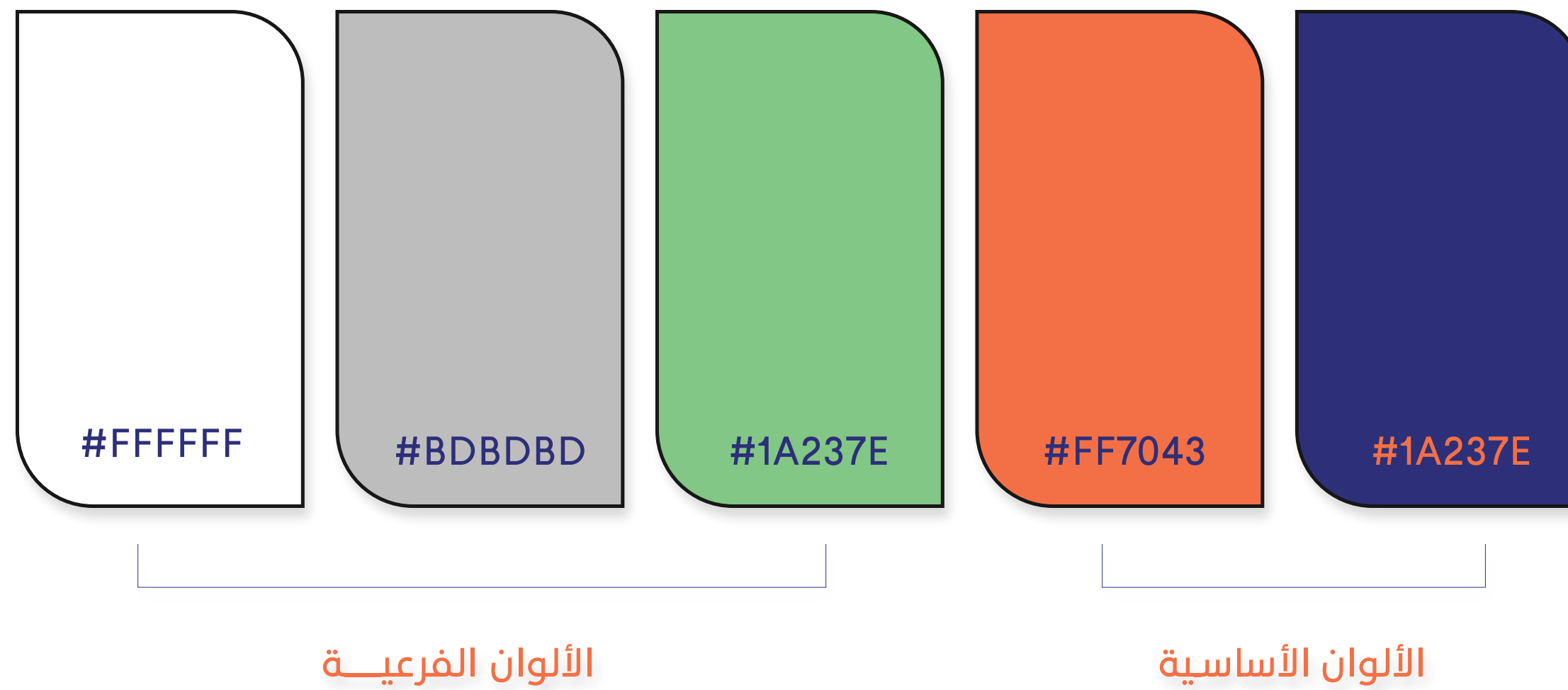
هوية العلامة التجارية

الألوان الأساسية

تمثل الألوان الرئيسية هوية الشركة وتستخدم بشكل بارز في الشعار، العناوين، والمواد الرئيسية. **الأزرق:** يعبر عن الاحترافية والثقة. **البرتقالي:** يرمز إلى الإبداع والحماس.

الألوان الفرعية

تستخدم لدعم الألوان الأساسية وتوفير التباين والإبداع. **الأخضر الفاتح:** يعبر عن النمو والتجدد. **الرمادي:** لون حيادي يدعم التوازن. **الأبيض:** يمثل الوضوح والبساطة.





هوية العلامة التجارية

الخطوط العربية والإنجليزية

Careem - كريم
للعناوين والنصوص

A	Á	Â	Ã	Ä	Æ	B	C	Ç	D	E	É	Ê	Ë	È	
F	G	Ğ	H	I	Î	Ï	J	K	L	M	N	O	Ó		
Ö	œ	P	Q	R	S	Ş	T	U	Ú	Û	Ü	Ù	V	W	
X	Y	ÿ	Z	a	á	â	ã	ä	å	æ	b	c	ç	d	e
é	ê	ë	è	f	g	ğ	h	i	ı	î	ï	ì	j	k	
l	m	n	o	ô	ö	ø	p	q	r	s	ş	t	u	ú	
û	ü	ù	v	w	x	y	ÿ	z	ء	ا	ل	أ	إ	إ	إ
ب	آ	إ	إ	إ	ب	ب	ب	ب	ب	ب	ب	ب	ب	ب	ب
ب	ب	ت	ت	ت	ت	ث	ث	ث	ث	ث	ث	ث	ث	ث	ث
ج	ج	ج	ج	ج	ج	ج	ج	ج	ح	ح	ح	ح	ح	ح	ح
د	د	د	د	د	د	ر	ر	ر	ر	ر	ر	ر	ر	ر	س
س	س	س	ش	ش	ش	ش	ص	ص	ص	ص	ض	ض	ض	ض	ض
ط	ط	ط	ط	ظ	ظ	ظ	ظ	ع	ع	ع	ع	غ	غ	غ	غ
غ	ف	ف	ف	ف	ق	ق	ق	ق	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك
ك	ك	گ	گ	ك	ك	ل	ل	ل	ل	م	م	م	م	م	ن
ن	ا	ز	س	س	ه	ه	ه	ه	ه	ه	ه	ه	ه	ه	ه

Normal

أ ب ت ث ج ح خ د ذ ر ز س
ش ص ض ط ظ ع غ ف ق
ك ل م ن ه و ي

٩ ٨ ٧ ٦ ٥ ٤ ٣ ٢ ١ ٠
!@#%^.^&*()

Bold

أ ب ت ث ج ح خ د ذ ر ز س
ش ص ض ط ظ ع غ ف ق
ك ل م ن ه و ي

٩ ٨ ٧ ٦ ٥ ٤ ٣ ٢ ١ ٠
!@#%^.^&*()

Normal

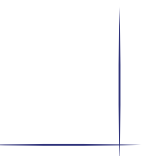
A B C D E F G H I J K
L M N O P Q R S T U
V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
!@#%^.^&*()

Bold

A B C D E F G H I J K
L M N O P Q R S T U
V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
!@#%^.^&*()





هوية العلامة التجارية



هوية العلامة التجارية





Digi Turning
Ideas into
Impact
Mark

03

الأهداف



الأهداف التسويقية



تحليل SMART

1

S
M
A
R
T
محدد
قابل للقياس
قابل للتحقيق
ذو صلة
مفيد بزمن

تعزيز التواجد الرقمي

تحسين وجود DigiMark الرقمي من خلال زيادة التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي وإطلاق حملات تسويقية عبر الإنترنت.

تحقيق نمو بنسبة 40% في عدد المتابعين على منصات التواصل الاجتماعي وزيادة معدل النقرات على الموقع الإلكتروني بنسبة 50% خلال أول 3 أشهر.

باستخدام أدوات التحليل الرقمي، إنشاء محتوى إبداعي، وتنفيذ حملات إعلانية مدفوعة.

التواجد الرقمي القوي يعزز الثقة بالعلامة التجارية ويدعم تحقيق أهداف المبيعات والوعي.

تحقيق هذا الهدف في المرحلة الأولى من الشهر الأول حتى الثالث من بدء الحملة التسويقية.

2

زيادة الوعي بالعلامة التجارية

زيادة الوعي بعلامة DigiMark بنسبة 30% بين الشركات الصغيرة والمتوسطة في المملكة.

تحقيق نمو بنسبة 30% في تفاعل وسائل التواصل الاجتماعي وعدد الزيارات الشهرية للموقع الإلكتروني خلال أول 6 أشهر.

استخدام استراتيجيات تسويق فعالة مثل المحتوى التعليمي، الإعلانات المدفوعة، والتفاعل النشط على المنصات الاجتماعية.

الوعي القوي بالعلامة التجارية سيساعد على تعزيز ثقة العملاء وزيادة فرص المبيعات.

تحقيق هذا الهدف في المرحلة الثانية من الشهر الرابع حتى السادس من إطلاق الحملة التسويقية.

3

زيادة معدل المبيعات

زيادة المبيعات بنسبة 20% في النصف الأول من السنة الأولى.

جذب 50 عميل جديد وتحقيق عائد مالي بقيمة 100,000 ريال خلال أول 6 أشهر.

التركيز على استهداف الشركات الصغيرة والمتوسطة، تقديم باقات خدمات بأسعار تنافسية، واستراتيجية استبقاء العملاء.

زيادة المبيعات تضمن استدامة الشركة وتعزز مكانتها في السوق.

تحقيق الهدف في المرحلة الثالثة من الشهر الخامس حتى السادس من إطلاق الحملة التسويقية.



الخطة الزمنية

2025	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP
المرحلة الأولى الظهور تعزيز التواجد الرقمي وبناء حضور قوي على المنصات الإلكترونية.									
المرحلة الثانية الوعي رفع مستوى الوعي بالعلامة التجارية وترسيخها في أذهان الجمهور.									
المرحلة الثالثة التحويل والنمو زيادة المبيعات وتحقيق نمو مستدام.									

المرحلة الأولى: تعزيز التواجد الرقمي وبناء حضور قوي على المنصات الإلكترونية. (FEB - APR)

المرحلة الثانية: رفع مستوى الوعي بالعلامة التجارية وترسيخها في أذهان الجمهور. (MAY - JUL)

المرحلة الثالثة: زيادة المبيعات وتحقيق نمو مستدام. (JUL - SEP)



Digi Turning
Ideas into
Impact
Mark

04

تحليل الموقف



تحليل الموقف SWOT

T التهديدات	O الفرص	W نقاط الضعف	S نقاط القوة
<ul style="list-style-type: none"> ه المنافسة القوية مع وكالات قديمة في السوق. ه تغييرات في سياسات المنصات الرقمية. ه توقعات العملاء العالية في السوق. 	<ul style="list-style-type: none"> ه دعم الحكومة السعودية لريادة الأعمال والمشاريع الصغيرة والمتوسطة. ه نمو الطلب على التسويق الرقمي في المملكة. ه زيادة الاعتماد على التجارة الإلكترونية. ه التركيز على الشركات الصغيرة والمتوسطة. 	<ul style="list-style-type: none"> ه نواجه تحديًا في بناء سمعة قوية نظرًا لقلة الخبرة العملية كشركة ناشئة. ه نعمل على تجاوز محدودية الموارد التي قد تعيق تغطية الطلب المتزايد. ه نفتقر إلى مقر فعلي مما قد يحد من تفاعل العملاء التقليديين معنا. 	<ul style="list-style-type: none"> ه تتميز بتخصص مزدوج في تقديم خدمات التسويق الرقمي والتصميم المرئي في باقة متكاملة. ه نوفر مرونة في الأسعار من خلال تقديم باقات تنافسية تناسب الشركات الصغيرة والمتوسطة. ه نفهم السوق المحلي بشكل عميق مما يساعدنا على تصميم استراتيجيات تلبي احتياجات الشركات في السعودية. ه نقدم خدمات شاملة من خلال طول متكاملة تشمل التسويق الرقمي والتصميم المرئي.

لتحقيق التميز في السوق، نعتمد على تقديم برامج ولاء وعروض حصريّة لجذب العملاء، مع التركيز على إبراز النجاحات العملية السابقة. ولمواكبة تغييرات سياسات المنصات الرقمية، نركز على تحسين محركات البحث (SEO) والتسويق عبر البريد الإلكتروني كحلول مستدامة. ولضمان رضا العملاء، نحرص على تقديم تقارير شفافة وتحديثات دورية، مع بناء علاقات تعزز الثقة والولاء.

الحلول



Digi Turning
Ideas into
Impact
Mark

05

تحليل المنافسين



تحليل المنافسين

Smart Touch Advertising

الموقع الإلكتروني	يمكنك الضغط على الأيقونة	نقاط القوة	نقاط الضعف
الموقع الجغرافي	الخبر والرياض	خبرة طويلة، خدمات شاملة	أسعار مرتفعة، تركيز أقل على التصميم ضعف في عدد المتابعين لحساباتهم
الخدمات المقدمة	تسويق رقمي، تصميم مواقع، تحسين محركات البحث (SEO)، الطباعة	التحديات	الفرص
أسعار الخدمات	تتراوح بين 5,000 ريال و 25,000 ريال	ارتفاع التكاليف مقارنة بالمنافسين المحليين. ضعف الارتباط بالسوق المحلي السعودي.	استغلال الخبرة الدولية لجذب العملاء السعوديين. زيادة الطلب على الحملات الإعلانية الرقمية المتقدمة.
هل لديهم مدونة؟	نعم لديهم مدونة تحتوي على مقالات بالتسويق الرقمي وتصميم المواقع		
عدد المتابعين في وسائل التواصل الاجتماعي	Instagram حوالي 458 متابع X - Twitter حوالي 567 متابع	استراتيجياتهم التسويقية	التركيز على تسويق الأداء - استخدام الإعلانات الرقمية المدفوعة على منصات مثل Google و Meta - استهداف العملاء الدوليين عبر الحملات الموجهة - تقديم دراسات حالة ومقالات توضح نجاحاتهم مع العملاء.
هل هو منافس مباشر؟	نعم يعتبر منافسًا مباشرًا لأنه يقدم خدمات مشابهة تستهدف نفس السوق		



تحليل المنافسين

Digital Nexa

الموقع الإلكتروني	يمكنك الضغط على الأيقونة	نقاط القوة	نقاط الضعف
الموقع الجغرافي	دبي وتعمل في السعودية عن بعد	تقنية متقدمة، خبرة دولية	أسعار مرتفعة، تركيز أقل على الشركات الصغيرة. ضعف في عدد المتابعين لحساباتهم
الخدمات المقدمة	حملات إعلانية، تحسين محركات البحث، التحليلات الرقمية	التحديات	الفرص
أسعار الخدمات	تتراوح بين 7,000 ريال و30,000 ريال	ارتفاع التكاليف مقارنة بالمنافسين المحليين. ضعف الارتباط بالسوق المحلي السعودي.	الطلب المتزايد على الحلول الشاملة في السوق الرقمي. التوسع في الخدمات لاستهداف الشركات الصغيرة والمتوسطة.
هل لديهم مدونة؟	نعم لديهم مدونة تحتوي على مقالات مرتبطة بالتحليلات الرقمية وتحسين محركات البحث	استراتيجياتهم التسويقية	التركيز على بناء العلامة التجارية - استخدام المدونة للتثقيف وزيادة الوعي - استهداف العملاء عبر إعلانات محركات البحث Google Ads - تسويق المحتوى وتحسين محركات البحث
عدد المتابعين في وسائل التواصل الاجتماعي	Instagram حوالي 5189 متابع X - Twitter حوالي 1,200 متابع		
هل هو منافس مباشر؟	نعم جزئيًا، لأنه يعمل في السوق السعودي ولكنه ليس محليًا بالكامل		



تحليل المنافسين

Maz Nexa

الموقع الإلكتروني	يمكنك الضغط على الأيقونة	نقاط القوة	نقاط الضعف
الموقع الجغرافي	الرياض	أسعار تنافسية، تركيز على الشركات الصغيرة	قلة الابتكار، محدودية التنوع في الخدمات المقدمة ضعف في عدد المتابعين لحساباتهم
الخدمات المقدمة	تسويق رقمي، تصميم مواقع، إدارة وسائل التواصل	التحديات	الفرص
أسعار الخدمات	تتراوح بين 3,000 ريال و15,000 ريال	ارتفاع التكاليف مقارنة بالمنافسين المحليين. ضعف الارتباط بالسوق المحلي السعودي.	استهداف الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تشكل جزءًا كبيرًا من السوق. تقديم أسعار تنافسية تجذب العملاء بميزات محدودة.
هل لديهم مدونة؟	لا		
عدد المتابعين في وسائل التواصل الاجتماعي	Instagram حوالي 418 متابع X - Twitter حوالي 279 متابع	استراتيجياتهم التسويقية	التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مكثف - نشر دراسات حالة مصفرة حول خدماتهم الناجحة مع العملاء المحليين
هل هو منافس مباشر؟	نعم منافس مباشر خاصة للشركات الصغيرة والمتوسطة في السعودية		



تحليل الموقف الحالي

DIGIMARK

الموقع الإلكتروني	يمكنك الضغط على الأيقونة	نقاط القوة	نقاط الضعف
الموقع الجغرافي	جودة	أسعار تنافسية، تركيز على الشركات الصغيرة والمتوسطة	ضعف المتابعين والعملاء، لأن الشركة ناشئة جديدة، محدودية في عدد الموظفين
الخدمات المقدمة	تسويق رقمي، تصميم مواقع، إدارة وسائل التواصل، بناء هوية بصرية	التحديات	الفرص
أسعار الخدمات	تتراوح بين 4,000 ريال و10,000 ريال	ارتفاع التكاليف مقارنة بالمنافسين المحليين.	استهداف الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تشكل جزءاً كبيراً من السوق. تقديم أسعار تنافسية وعروض افتتاحية تجذب العملاء بميزات محدودة.
هل لديك موقع و مدونة؟	نعم	استراتيجياتنا التسويقية	التسويق بالمحتوى، تحسين محركات البحث، التسويق عبر البريد الإلكتروني، الإعلانات المدفوعة.
عدد المتابعين في وسائل التواصل الاجتماعي	Instagram الحساب جديد X - Twitter الحساب جديد TikTok - الحساب جديد		
هل تقوم بالإعلانات على قوقل و مواقع التواصل	نعم		



Digi Turning
Ideas into
Impact
Mark

06

الفئة المستهدفة

شخصية العميل

النبة التعريفية

سارة عبدالله، شابة سعودية عمرها ٣٠ عامًا، مؤسسة متجر إلكتروني ومقيمة في جدة. تهتم بريادة الأعمال وتطمح إلى تعزيز حضور متجرها الرقمي لتحقيق نمو مستدام وزيادة المبيعات. تسعى دائمًا لتحسين تجربة العملاء وتطوير الهوية البصرية لمتجرها. تتميز بطابع عملي وعقلاني، وتبحث عن حلول تسويقية فعالة وسريعة التطبيق لضمان نجاح أعمالها

الاسم	سارة عبدالله	الموقع	جدة، السعودية
العمر	30 سنة	الدخل الشهري	10.000 ريال
الحالة الإجتماعية	متزوجة	الوظيفة	مؤسسة متجر إلكتروني

الأهداف والرغبات

تعزيز حضور متجرها الرقمي للوصول إلى شريحة أكبر من العملاء
تحسين تجربة المستخدم في زيادة رضا العملاء
تحقيق مبيعات مستدامة ونمو طويل الأمد
الحفاظ على هوية بصرية مميزة تجذب العملاء

المعوقات

نقص المعرفة بآليات تحسين محركات البحث (SEO)
لتطوير ظهور المتجر
صعوبة التعامل مع أدوات التحليل الرقمي وفهم البيانات التسويقية
التحدي في إيجاد حلول تسويقية فعالة بتكلفة تناسب ميزانية المتاجر الصغيرة

منصات التواصل الإجتماعي

انستقرام



تيك توك



إكس - تويتر



سناب شات



فيس بوك



المؤثرين على منصات التواصل

- ه مازن الضراب ه نبيل الجابري
- ه حميد المرسي ه سامية الفضلي

عبارة تردها دائماً

أحتاج حلولاً عملية تضمن نجاح متجرنا في السوق الرقمي وتجذب العملاء بفعالية

الطبيعة الشخصية

عقلانية عاطفية



متأنية متسارعة



إجتماعية إنطوائية



خيارات الشراء

تقليدي إلكتروني



أسعار عادية عروض



منتج تقليدي منتج مميز





الفئة المستهدفة

أصحاب المتاجر الإلكترونية

نفسياً

تطوير المتاجر الإلكترونية
تعزيز تجربة العملاء
وتحسين التواجد الرقمي

الاهتمامات

زيادة المبيعات الإلكترونية
تحسين محركات البحث
وتوسيع قاعدة العملاء

الأهداف

المنافسة الشديدة في السوق
صعوبة تحسين تجربة المستخدم

التحديات

جغرافياً

كافة أنحاء المملكة
العربية السعودية



ديموغرافياً

العمر 22 - 35 سنة

الجنس رجال ونساء

الدخل متغير / 5,000 - 20,000 ريال شهرياً

سلوكياً

طلبات دورية للحملات
التسويقية الكبيرة

معدل استخدام
الخدمات

تحسين محركات البحث
وإدارة التحليلات الرقمية

نوع الخدمات
المطلوبة

شخصية العميل

النبذة التعريفية

عبدالله صالح، شاب سعودي يبلغ من العمر ٢٨ عامًا، مؤسس مشروع ناشئ في مجال تقديم الخدمات التقنية. يعيش في الرياض ويمتلك شغفًا بريادة الأعمال وبناء العلامة التجارية. يطمح إلى جذب العملاء الأوائل وتحقيق استقرار مالي لمشروعه. يسعى لفهم استراتيجيات التسويق الرقمي لتحسين أداء مشروعه الناشئ. يتميز بروح الإبداع والتجربة، ولكنه يواجه تحديات في الترويج لمشروعه بفعالية ضمن ميزانية محدودة.

الاسم	عبدالله صالح	الموقع	الرياض، السعودية
العمر	28 سنة	الدخل الشهري	12.000 ريال
الحالة الاجتماعية	أعزب	الوظيفة	مؤسس مشروع ناشئ في مجال الخدمات التقنية

الأهداف والرغبات

بناء علامة تجارية قوية تُلفت أنظار العملاء
الحصول على قاعدة عملاء مستدامة لدعم نمو مشروعه
تعلم استراتيجيات تسويق فعالة منخفضة التكلفة

المعوقات

قلة الخبرة العملية في التسويق الرقمي والتصميم
صعوبة التوازن بين تحسين جودة الخدمات وإدارة العمليات اليومية
محدودية الموارد المالية للاستثمار في الحملات التسويقية

منصات التواصل الاجتماعي

انستقرام



تيك توك



إكس - تويتر



سناب شات



فيس بوك



المؤثرين على منصات التواصل

- ه مازن الضراب ه أنمار السليمانى
- ه حميد المرسي ه يوسف الديخي

عبارة تردها دائماً

أحتاج خدمات تعزز وجود مشروعي في السوق وتحقق لي قاعدة عملاء قوية

الطبيعة الشخصية

عقلانية عاطفية



متأنية متسرعة



اجتماعية إنطوائية



خيارات الشراء

تقليدي إلكتروني



أسعار عادية عروض



منتج تقليدي منتج مميز





الفئة المستهدفة

رواد الأعمال الجدد

نفسياً

الاهتمامات ريادة الأعمال، التعلم، بناء العلامة التجارية

الأهداف تعزيز الحضور الرقمي جذب عملاء جدد تسويق المشاريع الناشئة

التحديات نقص الخبرة في التسويق الرقمي والتصميم البصري

جغرافياً

المدن الكبرى جدة، الرياض، الدمام

ديموغرافياً

العمر 25 - 35 سنة

الجنس رجال ونساء

الدخل متوسط / 7,000 - 15,000 ريال شهرياً

سلوكياً

طلبات شهرية أو حسب الحملات الترويجية

معدل استخدام الخدمات

إدارة وسائل التواصل الاجتماعي تصميم الهوية البصرية تحسين محركات البحث

نوع الخدمات المطلوبة

شخصية العميل

النبذة التعريفية

أحمد الناصر، رجل أعمال يبلغ من العمر ٤٠ عامًا، يدير شركة صغيرة تقدم خدمات استشارية للشركات الناشئة. مقيم في الدمام، ويبحث عن حلول مبتكرة تساهم في تعزيز سمعة شركته وزيادة العائد على الاستثمار. يولي أهمية كبرى لتحليل الأداء التسويقي والاستفادة من البيانات لتحسين النتائج. يتميز بنهج إداري يركز على النمو المستدام وتحقيق الأهداف على المدى الطويل

الاسم	أحمد الناصر	الموقع	الدمام، السعودية
العمر	40 سنة	الدخل الشهري	25.000 ريال
الحالة الاجتماعية	متزوج	الوظيفة	مدير شركة استشارية صغيرة

الأهداف والرغبات

تعزيز سمعة شركته وزيادة ظهورها الرقمي
تحسين الأداء التسويقي لجذب المزيد من العملاء
توسيع خدمات الشركة لدخول أسواق جديدة

المعوقات

التحدي في إيجاد حلول تسويقية متطورة تتماشى مع احتياجات العملاء
الحاجة إلى تحليل الأداء التسويقي بطريقة احترافية
صعوبة الحفاظ على ولاء العملاء في ظل المنافسة

منصات التواصل الاجتماعي

انستقرام



تيك توك



إكس - تويتر



سناب شات



فيس بوك



المؤثرين على منصات التواصل

- o صالح آل صالح o عبدالله كيري
- o احمد العديم o يوسف الديخي

عبارة تردها دائماً

أبحث عن استراتيجيات تسويقية مبتكرة تدعم نمو شركتي وتعزز ولاء العملاء

الطبيعة الشخصية

عقلانية عاطفية



متأنية متسارعة



اجتماعية إنطوائية



خيارات الشراء

تقليدي إلكتروني



أسعار عادية عروض



منتج تقليدي منتج مميز





الفئة المستهدفة

رواد الأعمال الجدد

نفسياً

النمو المستدام، تحسين المبيعات، والحفاظ على العملاء

الاهتمامات

تعزيز سمعة الشركة الرقمية
تحسين الأداء التسويقي
زيادة العائد على الاستثمار

الأهداف

الحاجة إلى حلول مبتكرة
تحليل الأداء المستمر

التحديات

جغرافياً

كافة أنحاء المملكة العربية السعودية

ديموغرافياً

العمر 30 - 45 سنة

الجنس رجال ونساء

الدخل مرتفع / 20,000 - 50,000 ريال شهرياً

سلوكياً

معدل استخدام الخدمات

نوع الخدمات المطلوبة

حملات ربع سنوية مع اجتماعات شهرية لتقييم الأداء
استراتيجيات تسويق رقمية متقدمة
تقارير أداء وتحليل السوق
خدمات تصميم إبداعي





Digi Turning
Ideas into
Impact
Mark

07

استراتيجيات التسويق



استراتيجيات التسويق

المرحلة الأولى

الهدف: تعزيز التواجد الرقمي

1 التسويق بالمحتوى

1

الخطوات:

- نشر محتوى تعليمي ومفيد على وسائل التواصل الاجتماعي مثل Instagram و TikTok لتثقيف الجمهور حول التسويق الرقمي.
- إعداد دراسات حالة (Case Studies) تسلط الضوء على نجاحات عملائنا لزيادة المصداقية.
- إنتاج مقاطع فيديو قصيرة تشرح خدماتنا وكيف يمكن أن تساهم في نمو الشركات الصغيرة والمتوسطة.

النتائج المتوقعة:

- زيادة التفاعل على وسائل التواصل بنسبة 20% خلال أول 3 أشهر.
- تعزيز تواجد DigiMark الرقمي من خلال الوصول إلى شريحة واسعة من الجمهور.

2 تحسين محركات البحث (SEO)

2

الخطوات:

- تحسين الموقع الإلكتروني باستخدام كلمات مفتاحية مستهدفة ذات صلة بخدمات DigiMark.
- إنشاء محتوى متجدد ومدونات تحتوي على نصائح تسويقية وتحديثات السوق.
- بناء روابط خلفية (Backlinks) من مواقع موثوقة لزيادة مصداقية الموقع.

النتائج المتوقعة:

- زيادة حركة المرور إلى الموقع بنسبة 40%.
- تحسين ترتيب الموقع ليظهر ضمن الصفحة الأولى في نتائج البحث.



استراتيجيات التسويق

المرحلة الثانية

الهدف: زيادة الوعي بالعلامة التجارية

1 التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

1

الخطوات:

- تنظيم حملات تفاعلية على Instagram وTwitter تتضمن مسابقات واستبيانات.
- التعاون مع مؤثرين متخصصين في ريادة الأعمال والتجارة الإلكترونية للترويج لخدمات DigiMark.
- نشر محتوى مرئي مبتكر يعكس هوية DigiMark، مثل الموشن جرافيك تصاميم الهويات البصرية.

النتائج المتوقعة:

- زيادة عدد المتابعين بنسبة 50%.
- تعزيز الوعي بالعلامة التجارية بنسبة 30% خلال 6 أشهر.

2 التسويق بالمحتوى

2

الخطوات:

- إعداد منشورات تثقيفية وتعريفية عن الخدمات المقدمة ونشرها بانتظام.
- إنشاء محتوى مرئي إبداعي يعزز صورة العلامة التجارية كمرجع للتسويق الرقمي.
- تنظيم ندوات إلكترونية (Webinars) تستهدف جمهور الشركات الصغيرة والمتوسطة.

النتائج المتوقعة:

- زيادة التفاعل مع المحتوى بنسبة 25%.
- بناء وعي قوي بعلامة DigiMark في السوق.



استراتيجيات التسويق

المرحلة الثالثة

الهدف: زيادة المبيعات

1 الإعلانات المدفوعة (Paid Ads)

1

الخطوات:

- تشغيل حملات إعلانية مستهدفة على Facebook و Google Ads للوصول إلى رواد الأعمال وأصحاب المتاجر الإلكترونية.
- تخصيص الإعلانات بناءً على سلوك الجمهور واهتماماته.
- تحليل أداء الحملات بشكل دوري لتحسين كفاءة الإنفاق الإعلاني.

النتائج المتوقعة:

- تحقيق زيادة في المبيعات بنسبة 25%.
- جذب 50 عميل جديد خلال الأشهر الثلاثة الأولى.

2 التسويق عبر البريد الإلكتروني

2

الخطوات:

- إرسال نشرات بريدية شهرية تحتوي على عروض حصرية ونصائح تسويقية.
- تخصيص حملات بريدية لجذب العملاء المحتملين وتحفيز العملاء الحاليين على إعادة الشراء.
- إرسال استبيانات لمعرفة احتياجات العملاء وتحسين الخدمات المقدمة.

النتائج المتوقعة:

- زيادة المبيعات بنسبة 15%.
- بناء علاقة طويلة الأمد مع العملاء من خلال تعزيز التواصل المستمر.



Digi Turning
Ideas into
Impact
Mark

08

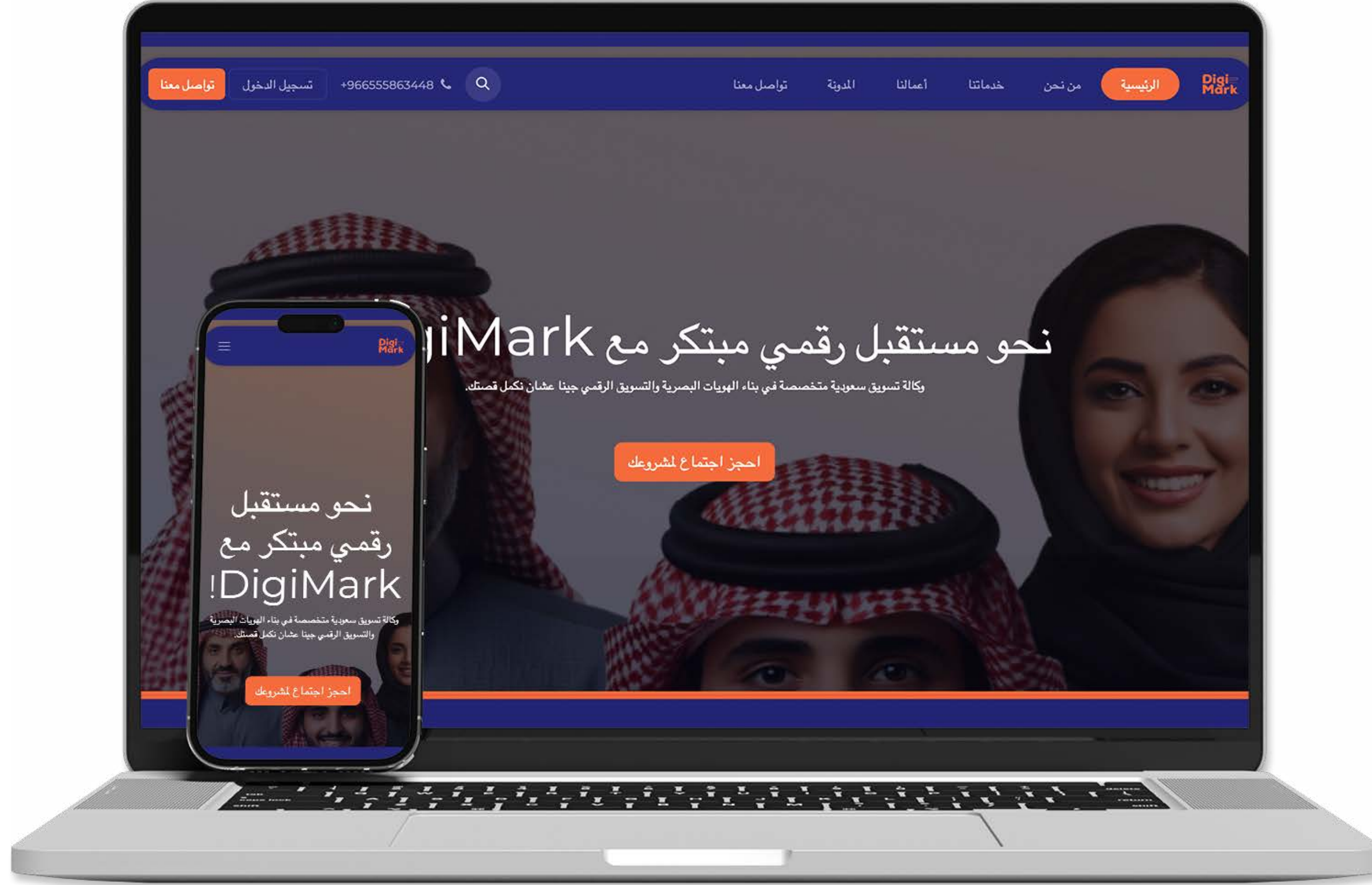
إنشاء الموقع الإلكتروني



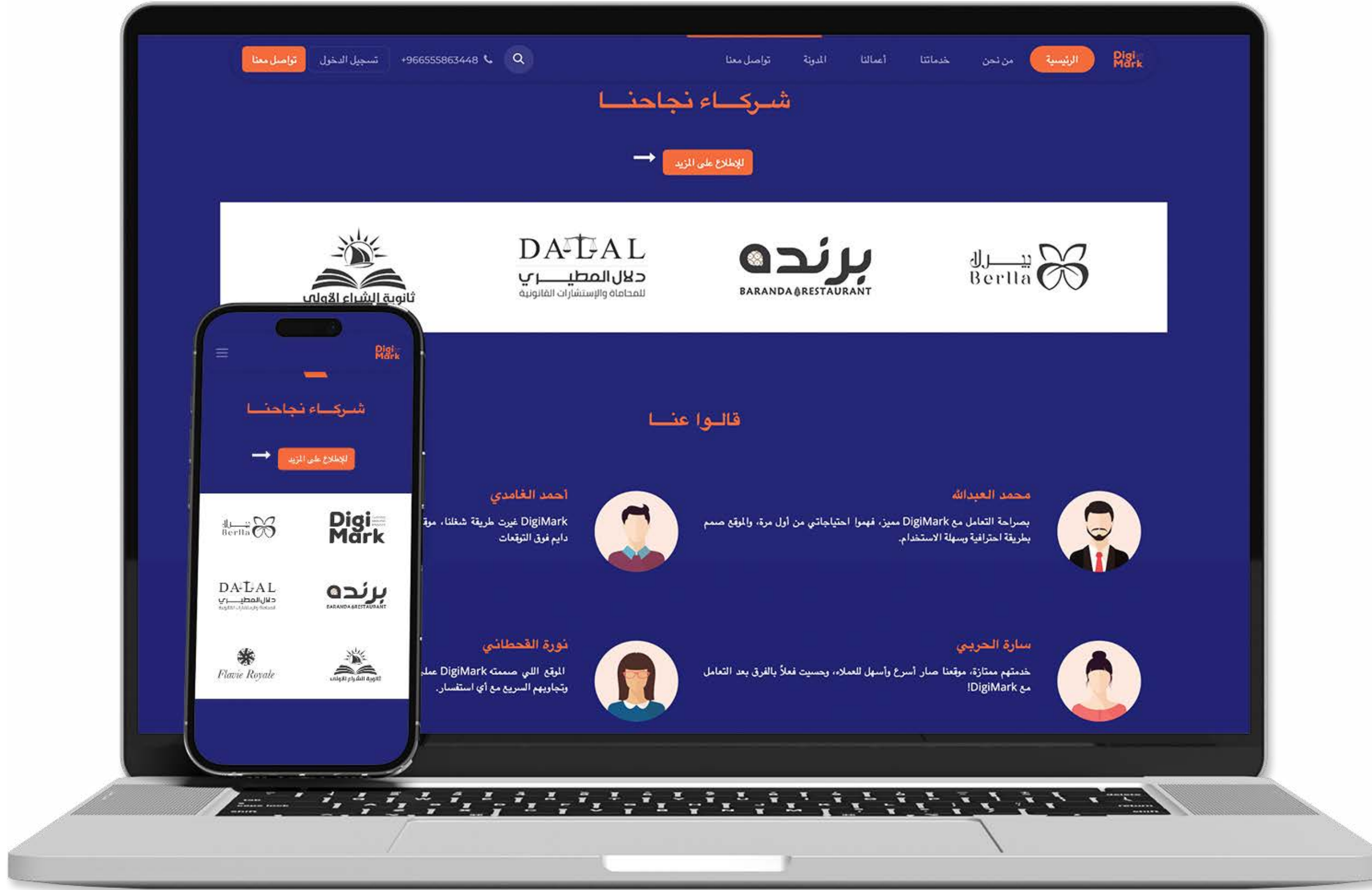
الموقع الإلكتروني الواجهة الرئيسية

تم تصميم موقع DigiMark ليوفر تجربة مستخدم متميزة مبنية على:

- سهولة الاستخدام:** واجهة بسيطة وسريعة للتنقل.
- وصول سريع للخدمات:** تنظيم واضح يساعد العملاء.
- محتوى قيم:** يعكس احتياجات العملاء ويوفر طولا شاملة.
- تصميم عصري:** يجمع بين الجاذبية والبساطة.
- دعوات لاتخاذ إجراء (CTA):** موزعة بشكل استراتيجي.
- ربط بمنصات التواصل:** لتعزيز التفاعل والتواصل.
- تصميم يعكس احترافية DigiMark** ويحقق رضا العملاء.



أضف على الجهاز للوصول إلى الموقع



الموقع الإلكتروني

إضافة قسم شركاء النجاح وآراء العملاء:

تم تصميم قسم «شركاء النجاح» و «آراء العملاء» لتعزيز مصداقية DigiMark وبناء الثقة مع الزوار.

شركاء النجاح:

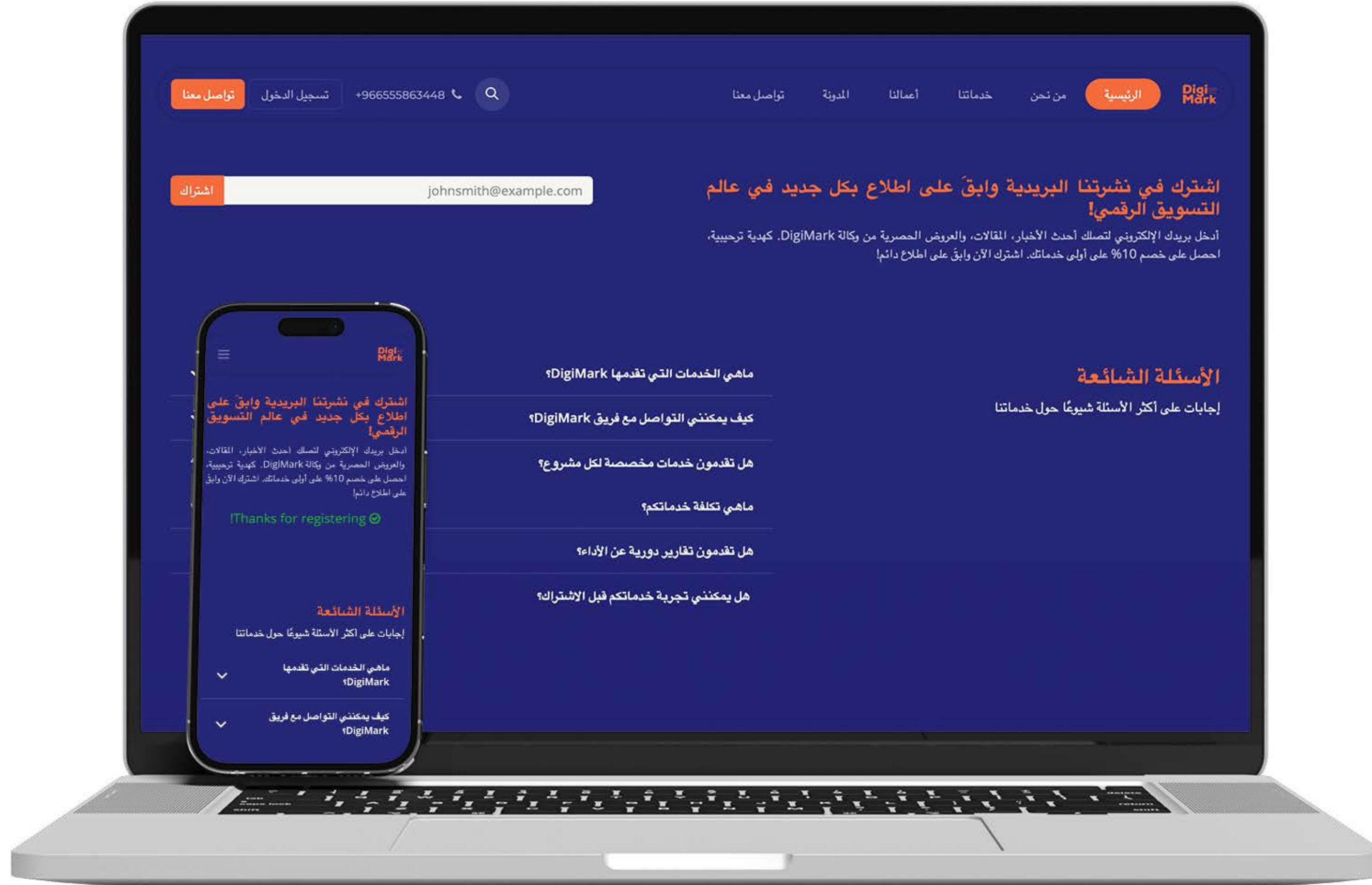
هذا القسم يُبرز التعاون مع علامات تجارية موثوقة، مما يعكس جودة خدماتنا وقدرتنا على تحقيق نتائج فعّالة. وجود أسماء شركاء معروفين يعزز صورة الوكالة كجهة محترفة وموثوقة في السوق.

آراء العملاء:

يُظهر هذا الجزء تجارب حقيقية ومرضية لعملائنا، مما يساعد الزوار على الاطمئنان لجودة خدماتنا وكفاءة فريقنا. آراء العملاء بمثابة إثبات عملي لنجاحنا في تحقيق أهداف عملائنا.

بدمج هذين القسمين، نوفر للزوار دليلاً عملياً على تميزنا واحترافيتنا، مما يحفزهم على اختيار خدماتنا بثقة.

⏪ اضغط على الجهاز للوصول إلى الموقع



⏪ اضغط على الجهاز للوصول إلى الموقع

الموقع الإلكتروني إضافة قسم الإشتراك في المدونة و الأسئلة الشائعة:

الإشتراك في المدونة:

تم تصميم هذا القسم كجزء من استراتيجية التعليم بالمحتوى، لتمكين العملاء من متابعة أحدث المقالات والنصائح في مجال التسويق الرقمي. يعزز ذلك القيمة المقدمة للعملاء ويستغل فرص التحول الرقمي لتوفير محتوى تعليمي مبتكر. على المعرفة.

الأسئلة الشائعة:

تم إضافة قسم الأسئلة الشائعة لتوفير إجابات واضحة ومباشرة على أكثر استفسارات الزوار شيوعاً. يهدف هذا الجزء إلى تسهيل تجربة المستخدم وتقليل حاجتهم للتواصل المباشر، مما يوفر لهم الوقت ويسهم في زيادة رضاهم عن الموقع.

من خلال هذين القسمين، نضمن تفاعلاً مستمراً مع العملاء، وتقديم تجربة مستخدم غنية بالمعلومات والمزايا العملية.



الموقع الإلكتروني

إضافة صفحة من نحن وإضافة قسم فريقنا المبدع:

من نحن:

تم تصميم هذا القسم لتعريف الزوار بهوية الوكالة ورؤيتها ورسالتها. الهدف هو بناء علاقة ثقة مع العملاء من خلال تقديم نظرة شاملة عن قيمنا وأهدافنا، مما يعزز مكانتنا كجهة موثوقة في مجال التسويق الرقمي.

فريقنا المبدع:

يُبرز هذا القسم الكفاءات والخبرات التي تشكل أساس نجاح الوكالة. تسليط الضوء على فريق العمل يعكس احترافية الوكالة ويعطي العملاء انطباعًا بأنهم يتعاملون مع أشخاص مؤهلين ومبدعين.

⏪ اضغط على الجهاز للوصول إلى الموقع



الموقع الإلكتروني إضافة صفحة ماذا نقدم و إضافة قسم كيف يمكننا مساعدتك:

خدماتنا:

تم تصميم هذه الصفحة لتقديم عرض شامل وواضح لجميع الخدمات التي تقدمها الوكالة. الهدف هو مساعدة العملاء على فهم نطاق عملنا واختيار الخدمة التي تناسب احتياجاتهم. بالإضافة إلى ذلك، تعكس الصفحة احترافية الوكالة وتخصصها في تقديم حلول مبتكرة تلبى متطلبات السوق.

كيف يمكننا مساعدتك:

تم إنشاء هذه القسم لتوضيح كيفية تقديم حلول مخصصة تلبى احتياجات العملاء المختلفة. يهدف هذا القسم إلى تسهيل فهم العملاء للخدمات التي نقدمها وربطها بأهدافهم، مما يساعدهم على اتخاذ قرارات مدروسة تعزز نجاح مشاريعهم.

⏪ اضغط على الجهاز للوصول إلى الموقع



الموقع الإلكتروني إضافة صفحة أعمالنا:

تم تصميم صفحة «أعمالنا» لعرض المشاريع الناجحة التي نفذتها الوكالة، مما يعزز الثقة لدى العملاء المحتملين ويبرز احترافية الفريق.

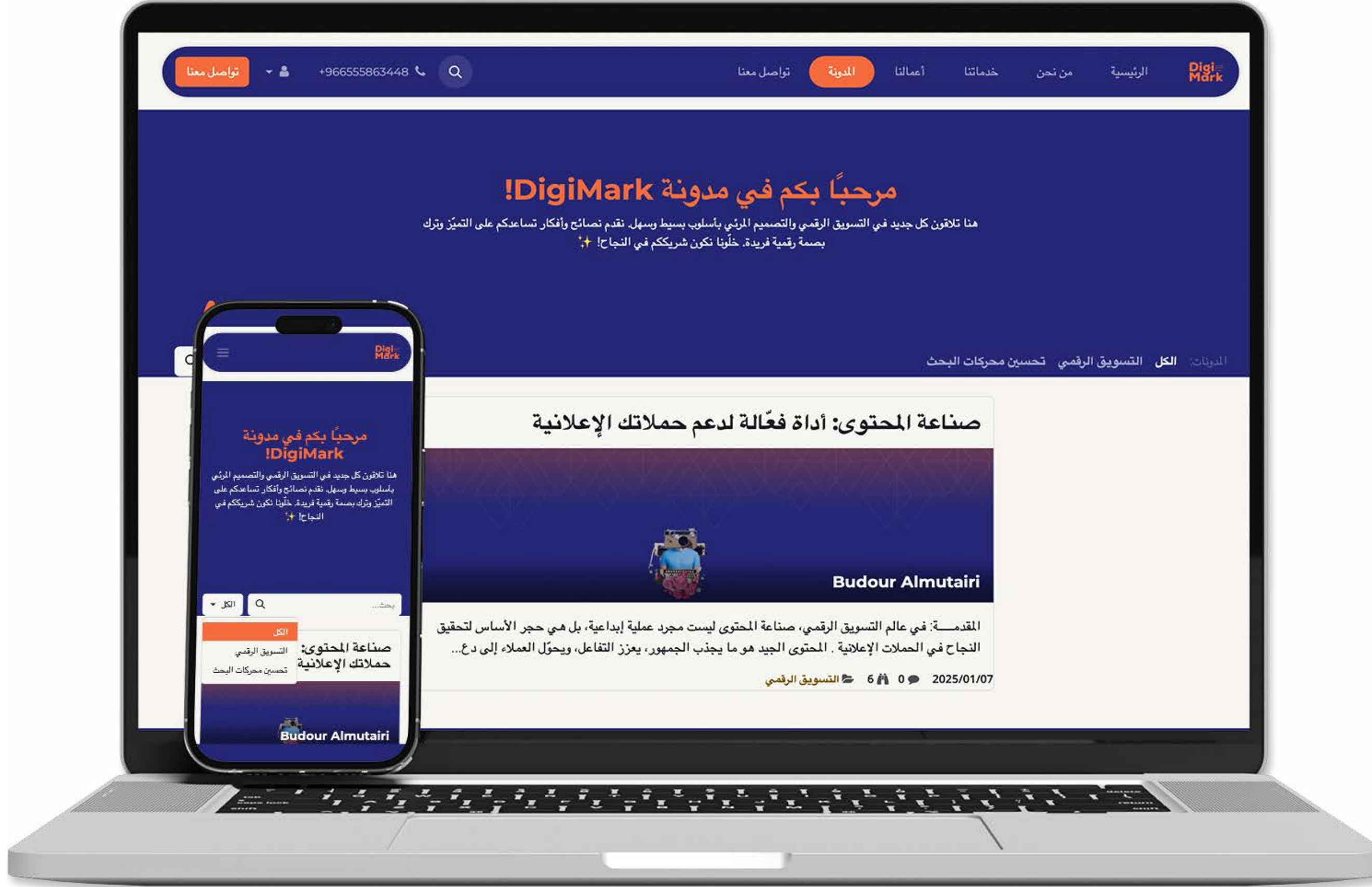
عرض حسب الفئات:

تنظيم الأعمال حسب نوع الخدمة، مثل تصميم الهوية التجارية أو إدارة التواصل الاجتماعي، لتسهيل استعراض المشاريع المرتبطة باهتمامات العملاء.

ميزة نماذج الأعمال:

عند اختيار أي خدمة، يتم تحويل العميل إلى صفحة مخصصة تعرض نماذج أعمال مرتبطة، مما يمنحه تصورًا واضحًا للجودة والنتائج التي تقدمها الوكالة.

⏪ اضغط على الجهاز للوصول إلى الموقع



⏪ اضغط على الجهاز للوصول إلى الموقع

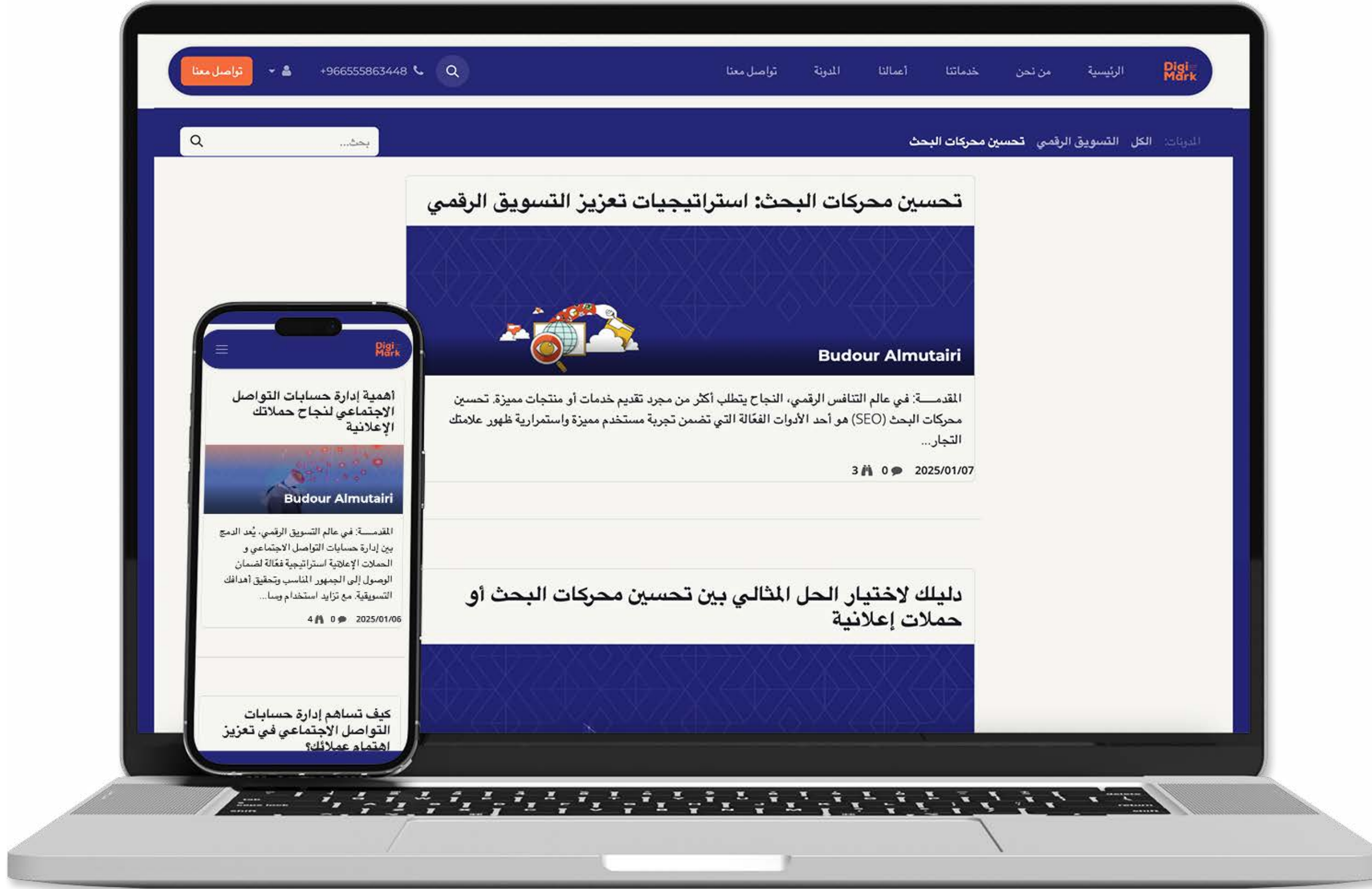
الموقع الإلكتروني إضافة صفحة المدونة:

تم تصميم صفحة المدونة في DigiMark لتكون مصدرًا تعليميًا متكاملًا يعزز تجربة العملاء من خلال محتوى موجه ومنظم.

تقسيم المدونة:

قسم التسويق الرقمي: يركز على استراتيجيات تحسين التواجد الرقمي.

قسم تحسين محركات البحث (SEO): يغطي أساليب تحسين ظهور العلامة التجارية في محركات البحث.



الموقع الإلكتروني إضافة صفحة المدونة:

مراحل العميل:

تعتمد المدونة على نموذج رحلة العميل المكون من 7 مراحل:
الوعي (Awareness) لتعريف العملاء بالخدمات.

الاهتمام (Interest) لجذب الانتباه.

التقييم (Consideration) للمقارنة واتخاذ قرارات مدروسة.

الشراء (Purchase) لدعم العملاء في اتخاذ القرار.

الولاء (Loyalty) لتعزيز العلاقة المستدامة.

الدعوة (Advocacy) لتحفيز العملاء على الترويج للعلامة.

هذا النموذج يضمن تفاعل العملاء في كل مرحلة، مما يعزز

من نجاح الاستراتيجية التسويقية وبناء علاقات قوية

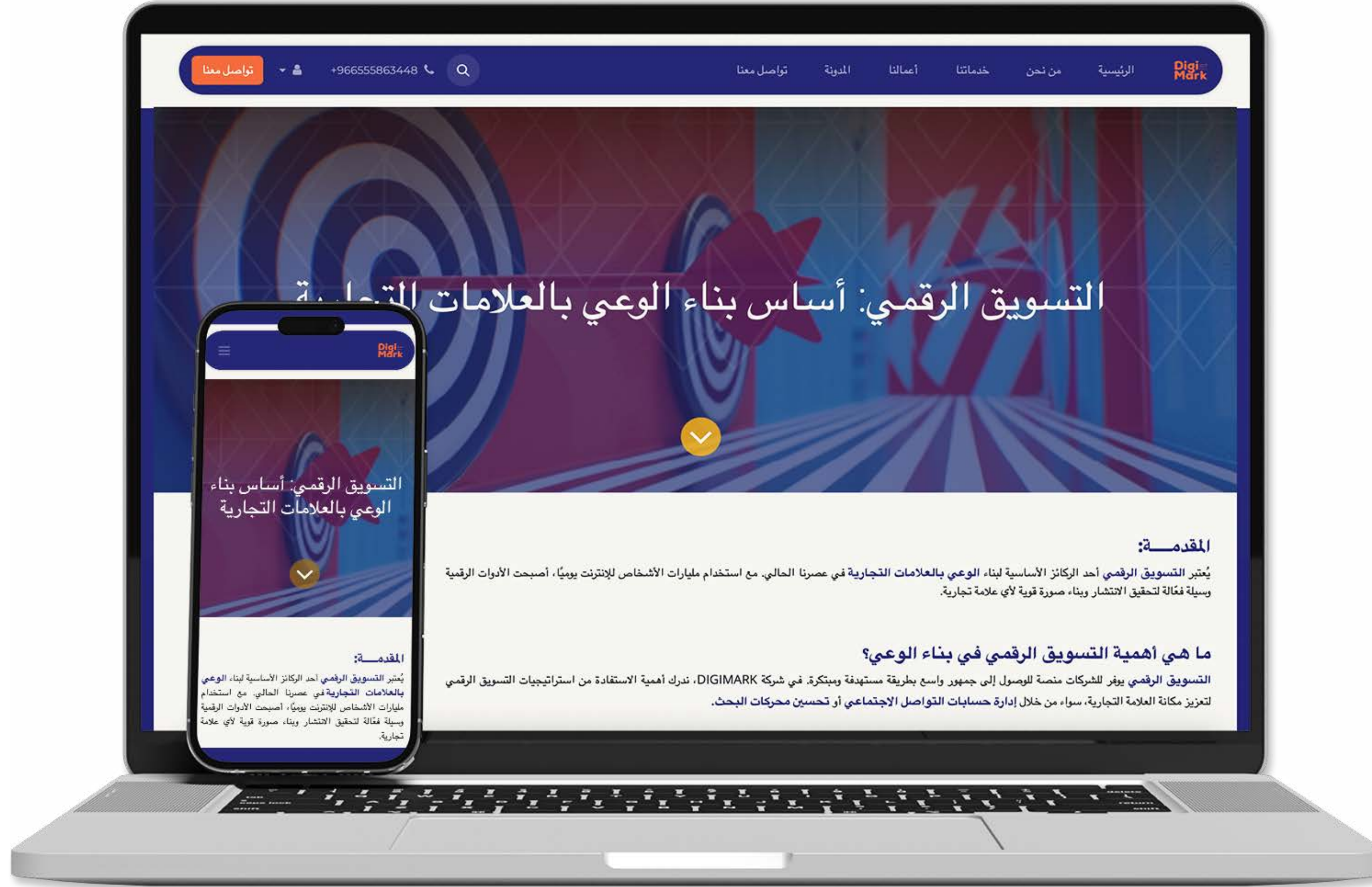
آلية التنقل:

كل موضوع يحتوي على:

زر انتقال يربط المواضيع حسب مراحل رحلة العميل.

زر إجراء (CTA) يدعو لاتخاذ خطوة عملية.

⏪ اضغط على الجهاز للوصول إلى المدونة



⏪ اضغط على الجهاز للوصول إلى المدونة

المقال الأول: التسويق الرقمي 1. مرحلة الوعي (Awareness)

هدف المقال:

تعريف العميل بأهمية التسويق الرقمي في بناء الوعي بالعلامات التجارية وتعزيز التفاعل مع الجمهور لتحقيق حضور قوي في السوق.

زر التنقل:

«تعرف على كيف تساهم إدارة حسابات التواصل الاجتماعي في تعزيز اهتمام عملائك»

ينقل الزر العميل إلى المقال التالي في مرحلة الاهتمام.

زر الإجراء (CTA):

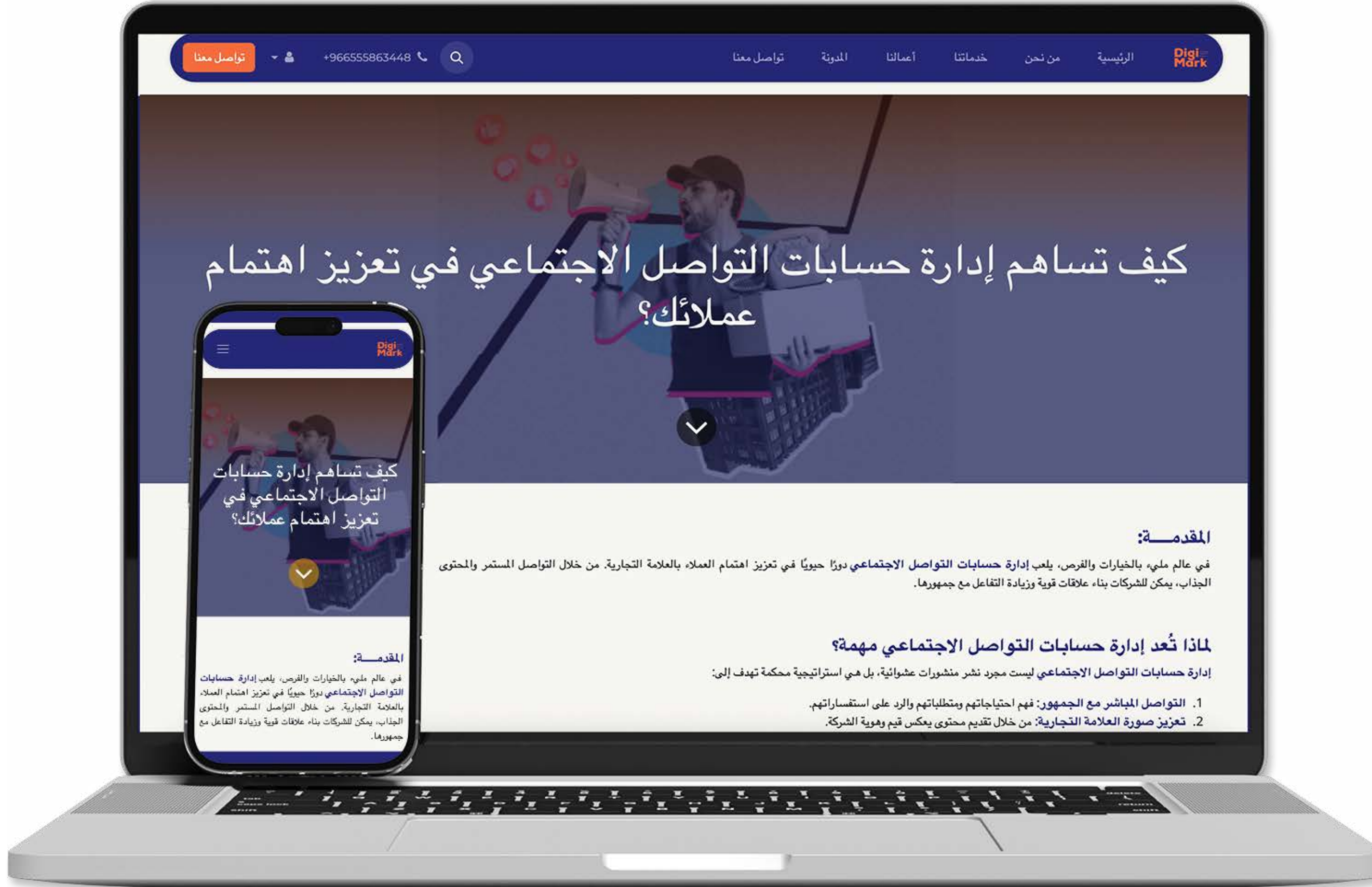
«احصل على استشارة مجانية حول خدمات التسويق الرقمي»

خاصية النشر على منصات التواصل:

تم إضافة خاصية نشر المدونة لزيادة الوصول والتفاعل، وتعزيز انتشار العلامة التجارية عبر جمهور أوسع.

الكلمات المفتاحية:

التسويق الرقمي، إدارة حسابات التواصل الاجتماعي، تحسين محركات البحث، صناعة المحتوى، الحملات الإعلانية.



⏪ اضغط على الجهاز للوصول إلى المدونة

المقال الثاني: إدارة حسابات التواصل الاجتماعي 2. مرحلة الاهتمام (Interest)

هدف المقال:

تسليط الضوء على دور إدارة حسابات التواصل الاجتماعي في تعزيز اهتمام العملاء، وزيادة التفاعل مع العلامة التجارية من خلال محتوى جذاب واستراتيجيات تواصل فعّالة.

زر التنقل:

«تعرف على دليلك لاختيار الحل المثالي بين تحسين محركات البحث أو حملات إعلانية»

ينقل الزر العميل إلى المقال التالي في مرحلة التقييم.

زر الإجراء (CTA):

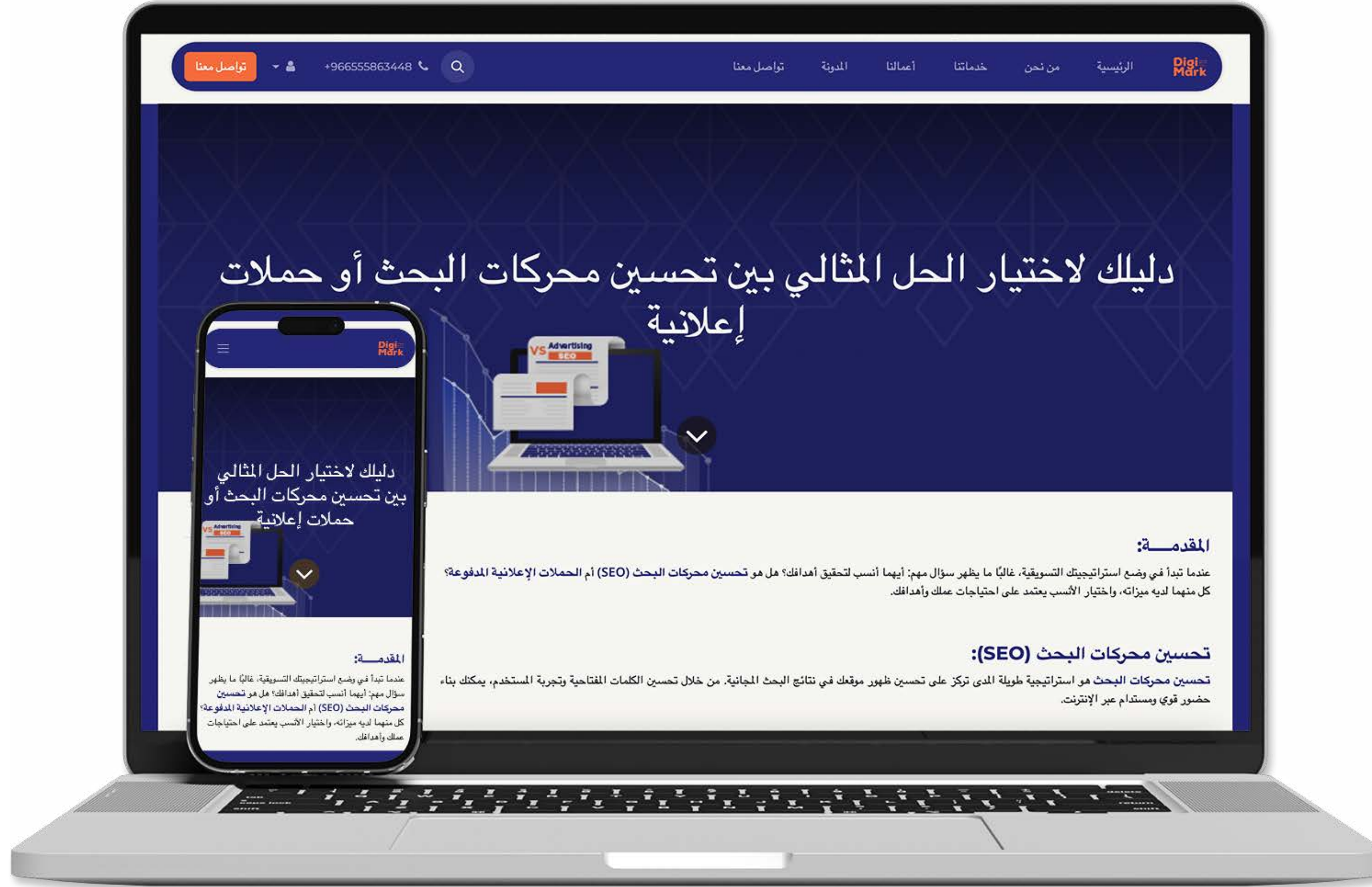
«تواصل معنا لإدارة حساباتك الاجتماعية بشكل احترافي»

خاصية النشر على منصات التواصل:

تم إضافة خاصية نشر المدونة لزيادة الوصول والتفاعل، وتعزيز انتشار العلامة التجارية عبر جمهور أوسع.

الكلمات المفتاحية:

إدارة حسابات التواصل الاجتماعي، التصميم الجرافيكي.



المقال الثالث: الحل المثالي بين تحسين محركات البحث والحملات الإعلانية 3. مرحلة التقييم (Consideration)

هدف المقال:

مساعدة العملاء على مقارنة الخيارات بين تحسين محركات البحث والحملات الإعلانية، وفهم مميزات كل خيار لتحديد الأنسب لاحتياجاتهم وأهدافهم التسويقية.

زر التنقل:

«تعرف على أهمية إدارة حسابات التواصل الاجتماعي لنجاح حملاتك الإعلانية»

ينقل الزر العميل إلى المقال التالي في مرحلة الشراء.

زر الإجراء (CTA):

«احصل على خطة تسويقية تناسب احتياجاتك الآن»

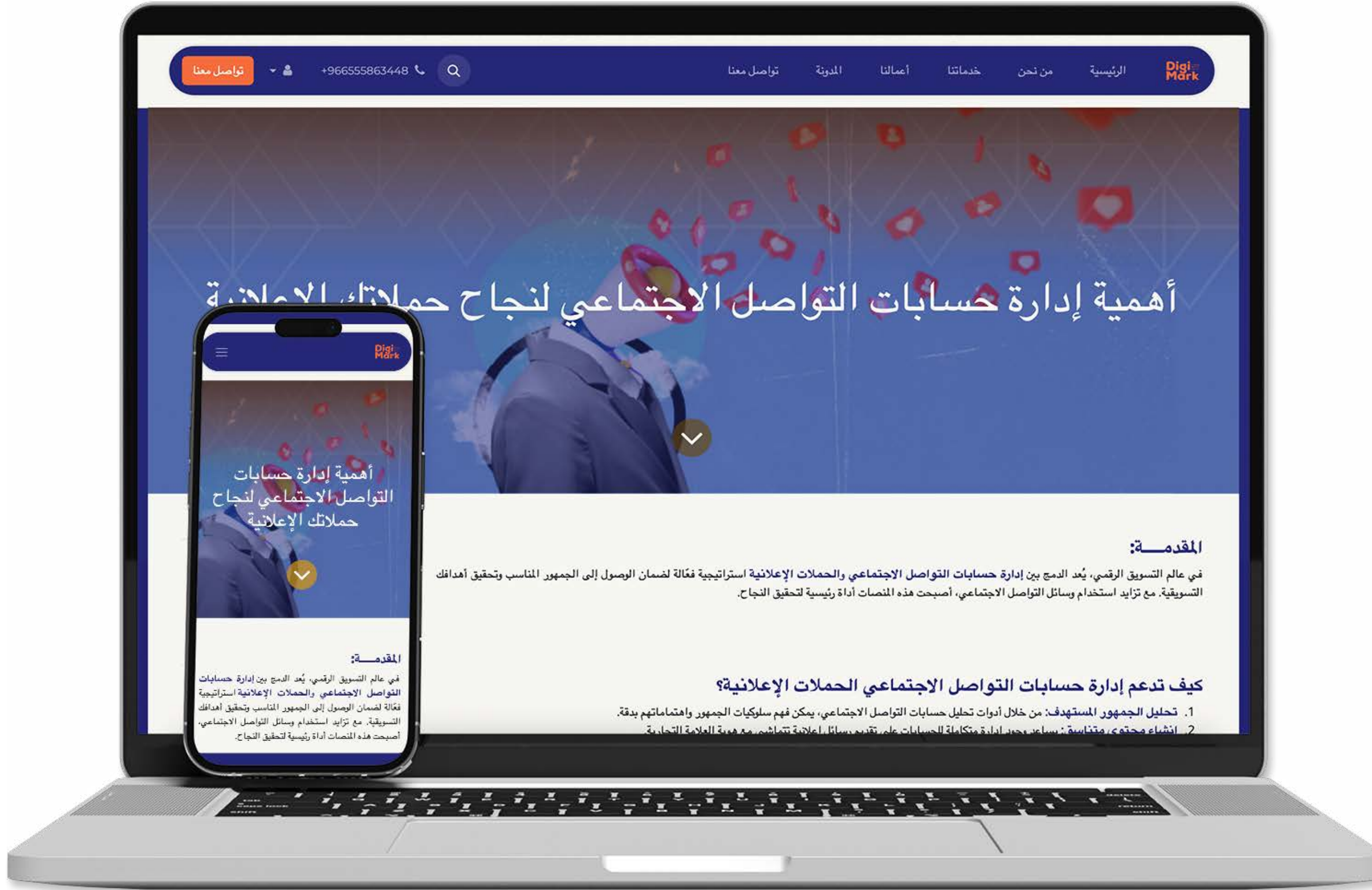
خاصية النشر على منصات التواصل:

تم إضافة خاصية نشر المدونة لزيادة الوصول والتفاعل، وتعزيز انتشار العلامة التجارية عبر جمهور أوسع.

الكلمات المفتاحية:

تحسين محركات البحث، حملات إعلانية.

⏪ اضغط على الجهاز للوصول إلى المدونة



المقال الرابع: أهمية إدارة حسابات التواصل الاجتماعي لنجاح حملاتك الإعلانية 4. مرحلة الشراء (Purchase)

هدف المقال:

توضيح كيف يمكن لإدارة حسابات التواصل الاجتماعي أن تكون عاملاً حاسماً في نجاح الحملات الإعلانية، من خلال تعزيز التواصل مع الجمهور وزيادة التفاعل لتحقيق أقصى عائد على الاستثمار.

زر التنقل:

«تعرف على استراتيجيات تحسين محركات البحث لتعزيز التسويق الرقمي»
ينقل الزر العميل إلى المقال التالي في مرحلة الولاء.

زر الإجراء (CTA):

«احجز خدمتك معنا لتحقيق نجاحاً أكبر»

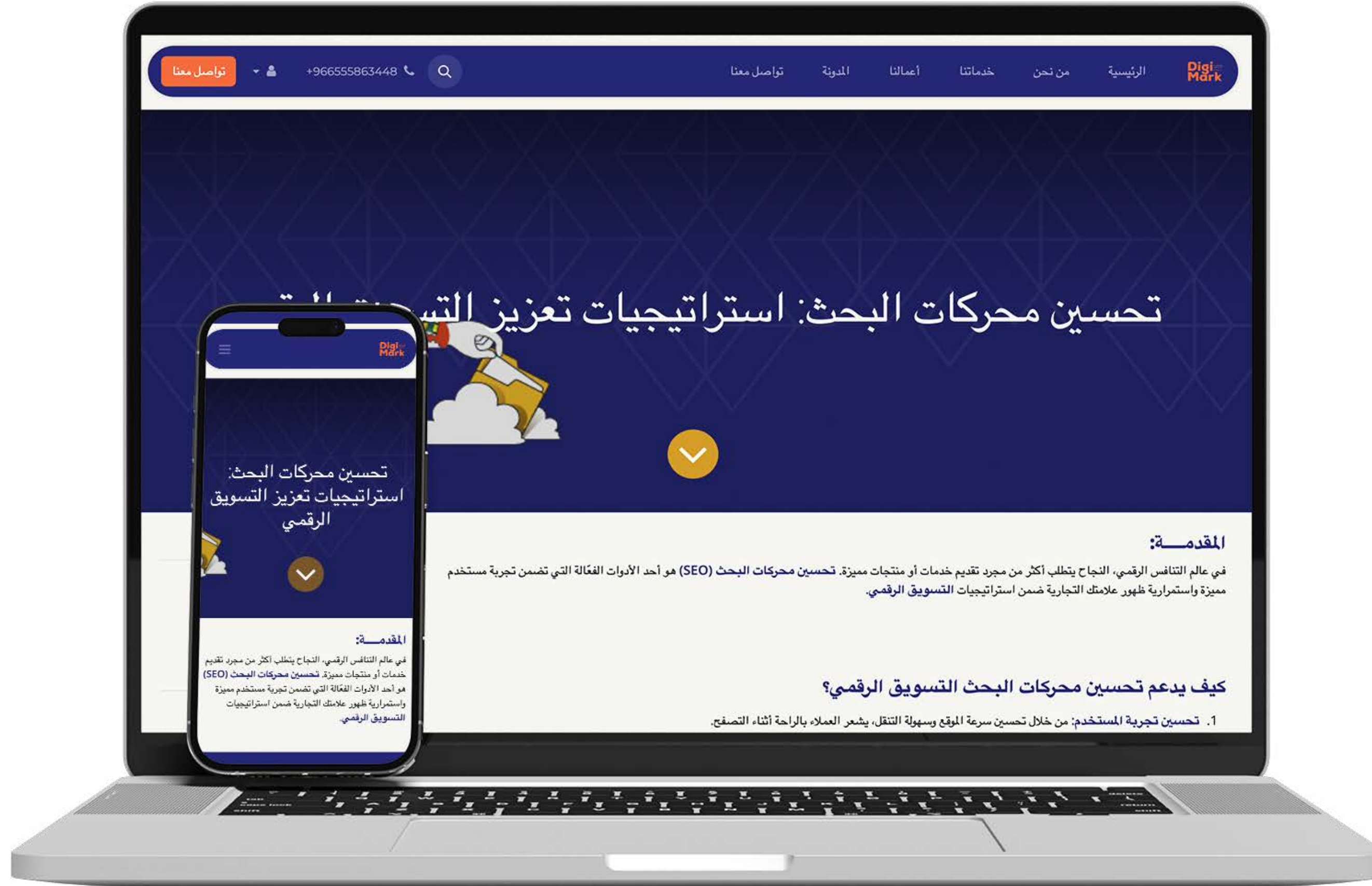
خاصية النشر على منصات التواصل:

تم إضافة خاصية نشر المدونة لزيادة الوصول والتفاعل، وتعزيز انتشار العلامة التجارية عبر جمهور أوسع.

الكلمات المفتاحية:

إدارة حسابات التواصل الاجتماعي، حملات إعلانية، التصميم الجرافيكي.

⏪ اضغط على الجهاز للوصول إلى المدونة



المقال الخامس: تحسين محركات البحث - استراتيجيات تعزيز التسويق الرقمي 5. مرحلة الولاء (Loyalty)

هدف المقال:

تسليط الضوء على أهمية تحسين محركات البحث (SEO) كأداة لتعزيز التسويق الرقمي، والحفاظ على ولاء العملاء من خلال تقديم محتوى عالي الجودة يساهم في تحسين ظهور العلامة التجارية وزيادة التفاعل.

زر التنقل:

«اكتشف كيف يمكن لصناعة المحتوى دعم حملاتك الإعلانية»

ينقل الزر العميل إلى المقال التالي في مرحلة الدعوة.

زر الإجراء (CTA):

«احصل على خطة لتحسين محركات البحث الآن»

خاصية النشر على منصات التواصل:

تم إضافة خاصية نشر المدونة لزيادة الوصول والتفاعل، وتعزيز انتشار العلامة التجارية عبر جمهور أوسع.

الكلمات المفتاحية:

تحسين محركات البحث، التسويق الرقمي، صناعة المحتوى.

⏪ اضغط على الجهاز للوصول إلى المدونة



⏪ اضغط على الجهاز للوصول إلى المدونة

المقال السادس: صناعة المحتوى - أداة فعّالة لدعم حملاتك الإعلانية

6. مرحلة الدعوة (Advocacy)

هدف المقال:

توضيح أهمية صناعة المحتوى في دعم الحملات الإعلانية، وكيف يمكن للمحتوى المتميز أن يعزز رسالة العلامة التجارية ويحفز العملاء على الترويج لها من خلال مشاركة تجاربهم الإيجابية.

زر التنقل:

«تعرف على استراتيجيات تحسين محركات البحث لتعزيز التسويق الرقمي»
ينقل الزر العميل إلى المقال السابق في مرحلة الولاء.

زر الإجراء (CTA):

«اطلب خطة محتوى احترافية الآن»

خاصية النشر على منصات التواصل:

تمت إضافة خاصية نشر المقال على منصات التواصل الاجتماعي لزيادة انتشار المحتوى ودعوة العملاء للمشاركة والتفاعل مع الحملات الإعلانية.

الكلمات المفتاحية:

صناعة المحتوى، الحملات الإعلانية، التسويق الرقمي، التصميم الجرافيكي.



KEYWORD	AVG. M Search	COMPETITION	LOW RANGE	HIGH RANGE
التسويق الرقمي	1K – 10K	LOW	0.85 SR	2.14 SR
التصميم الجرافيكي	100 – 1 K	HIGH	2.25 SR	8.11 SR
حملات اعلانية	100 – 1 K	MEDIUM	1.92 SR	13.14 SR
صناعة المحتوى	100 – 1 K	LOW	0.78 SR	2.55 SR
تحسين محركات البحث	100 – 1 K	MEDIUM	4.30 SR	74.20 SR
إدارة حسابات التواصل الاجتماعي	1K – 10K	LOW	0.85 SR	2.14 SR

مخطط الكلمات المفتاحية

تم استخدام أداة Google Ads Keyword Planner لاختيار الكلمات المفتاحية الأكثر استخدامًا في السعودية، بما يتناسب مع جمهور DigiMark. تم اختيار هذه الكلمات بعناية بهدف تحسين محركات البحث (SEO) وزيادة جاذبية الموقع للعملاء المستهدفين.

الهدف من هذه الكلمات هو تعزيز ظهور الموقع في نتائج البحث، وزيادة فرص الوصول إلى الجمهور المستهدف في السوق السعودي، مع تحقيق نسبة تحويل أعلى من خلال استهداف الكلمات التي يبحث عنها العملاء المحتملون.

اضغط هنا للوصول إلى مخطط الكلمات المفتاحية <

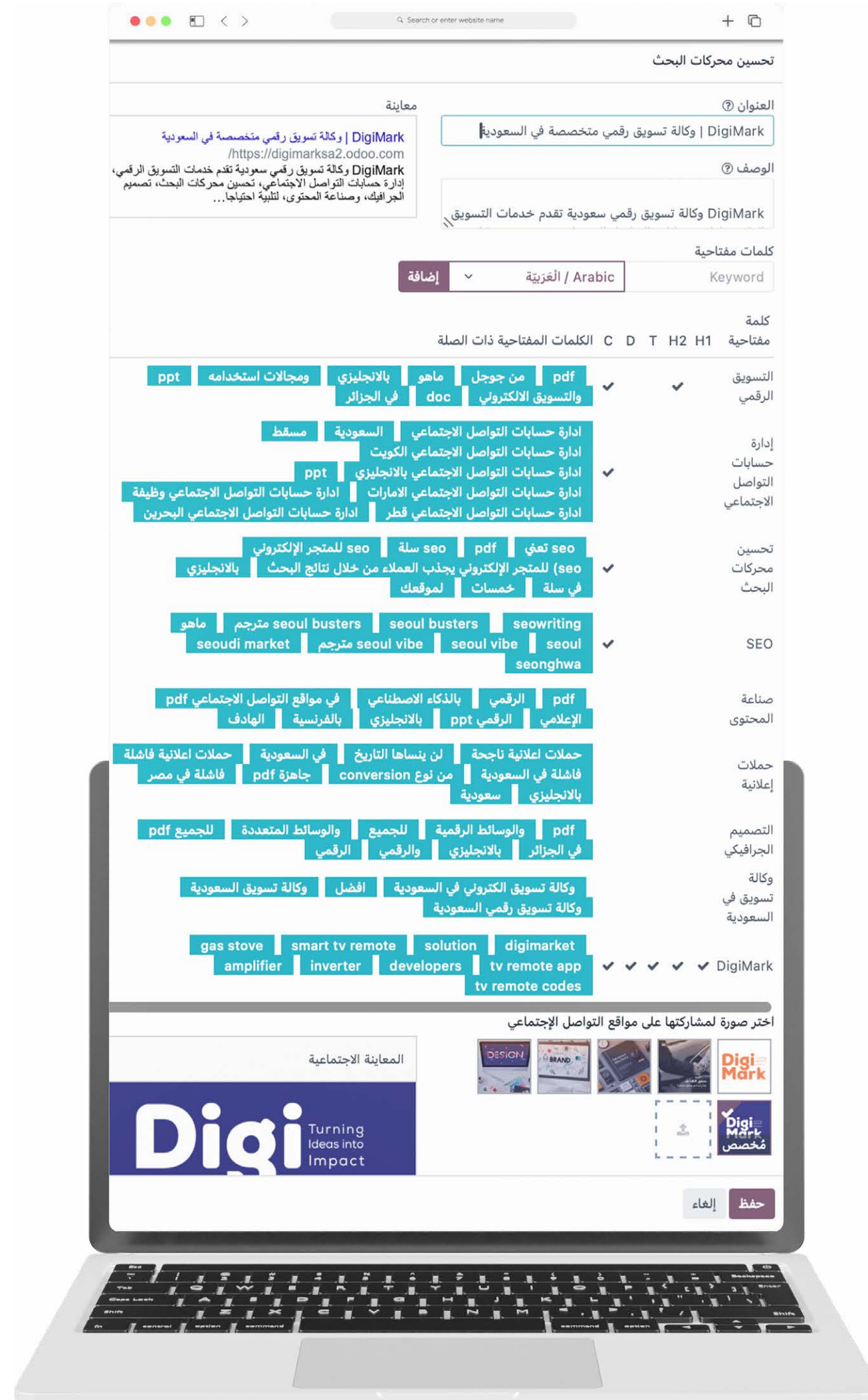


تحسين محركات البحث

تم تنفيذ تحسين محركات البحث (SEO) لموقع DigiMark بناءً على تحليل الكلمات الدلالية باستخدام أداة Google Ads Keyword Planner، حيث تم اختيار الكلمات الرئيسية المناسبة ذات الصلة بخدماتنا مثل «التسويق الرقمي»، «إدارة حسابات التواصل الاجتماعي»، و«تحسين محركات البحث».

كما تم تطبيق التحسينات على كافة صفحات الموقع الإلكتروني كما هو موضح بالصور المرفقة، حيث تمت مراعاة تحسين العناوين (H1، H2)، والوصف التعريفي (Meta Description)، والكلمات الدلالية ذات الصلة لضمان تحسين ترتيب الموقع في نتائج البحث.

يهدف هذا الإجراء إلى زيادة حركة المرور إلى الموقع وتحسين تجربة المستخدم، مما يساهم في تعزيز ظهور العلامة التجارية بشكل فعال.





قياس قوة دومين الموقع الإلكتروني

استخدمت موقع SEOmator لتحليل وتحسين أداء الموقع في محركات البحث (SEO).

Onpage Results		97.44%	
10 Internal Links	6 External Links	21 Number of Images	3037774 Images Size
2 Scripts	2098554 Scripts Size	4447 Plain Text Size	0.08 Plain Text Rate
678 Plain Text Word Count	12.10 Automated Readability Index	14.15 Coleman Liau Readability Index	16.54 Dale Chall Readability Index
62.10 Flesch Kincaid Readability Index	10.96 Smog Readability Index	0.76 Description to Content Consistency	0.86 Title to Content Consistency
0.81			



Speed Insights		
110ms Time to Secure Connection	314ms Waiting Time	1ms Download Time
703ms Time to Interactive	775ms DOM Complete	0ms Largest Contentful Paint
Social Media Meta Tags Test		
og:title	وكالة تسويق رقمي متخصصة في السعودية DigiMark	
og:description	وكالة تسويق رقمي سعودية تقدم خدمات التسويق الرقمي، إدارة DigiMark حسابات التواصل الاجتماعي، تحسين محركات البحث، تصميم الجرافيك، وصناعة المحتوى، لتلبية احتياجات الشركات بشكل احترافي.	
og:type	website	
og:image	https://digimarksa2.odoo.com/web/image/924-c42066cb/1.png	

اضغط هنا للوصول إلى موقع SEOmator <



قياس قوة دومين الموقع الإلكتروني

استخدمت موقع SEOmator لتحليل وتحسين أداء الموقع في محركات البحث (SEO).

SEO Details - 100%

These checks ensure that your page is following basic search engine optimization advice. There are many additional factors Lighthouse does not score here that may affect your search ranking, including performance on [Core Web Vitals](#), [Learn more about Google Search Essentials](#).

- ✔ **Page isn't blocked from indexing**
Search engines are unable to include your pages in search results if they don't have permission to crawl them. [Learn more about crawler directives](#).
- ✔ **Document has a meta description**
Meta descriptions may be included in search results to concisely summarize page content. [Learn more about the meta description](#).
- ✔ **Links have descriptive text**
Descriptive link text helps search engines understand your content. [Learn how to make links more accessible](#).
- ✔ **robots.txt is valid**
If your robots.txt file is malformed, crawlers may not be able to understand how you want your website to be crawled or indexed. [Learn more about robots.txt](#).
- ✔ **Document has a valid 'hreflang'**
hreflang links tell search engines what version of a page they should list in search results for a given language or region. [Learn more about hreflang](#).
- ✔ **Document has a '<title>' element**
The title gives screen reader users an overview of the page, and search engine users rely on it heavily to determine if a page is relevant to their search. [Learn more about document titles](#).
- ✔ **Page has successful HTTP status code**
Pages with unsuccessful HTTP status codes may not be indexed properly. [Learn more about HTTP status codes](#).
- ✔ **Links are crawlable**
Search engines may use href attributes on links to crawl websites. Ensure that the href attribute of anchor elements links to an appropriate destination, so more pages of the site can be discovered. [Learn how to make links crawlable](#).
- ✔ **Image elements have '[alt]' attributes**
Informative elements should aim for short, descriptive alternate text. Decorative elements can be ignored with an empty alt attribute. [Learn more about the alt attribute](#).
- ✔ **Document has a valid 'rel=canonical'**
Canonical links suggest which URL to show in search results. [Learn more about canonical links](#).

Best Practices Details - 100%

- ✔ **Uses HTTPS**
All sites should be protected with HTTPS, even ones that don't handle sensitive data. This includes avoiding [mixed content](#), where some resources are loaded over HTTP despite the initial request being served over HTTPS. HTTPS prevents intruders from tampering with or passively listening in on the communications between your app and your users, and is a prerequisite for HTTP/2 and many new web platform APIs. [Learn more about HTTPS](#).
- ✔ **Avoids requesting the geolocation permission on page load**
Users are mistrustful of or confused by sites that request their location without context. Consider tying the request to a user action instead. [Learn more about the geolocation permission](#).
- ✔ **Ensure CSP is effective against XSS attacks**
A strong Content Security Policy (CSP) significantly reduces the risk of cross-site scripting (XSS) attacks. [Learn how to use a CSP to prevent XSS](#).
- ✔ **Displays images with correct aspect ratio**
Image display dimensions should match natural aspect ratio. [Learn more about image aspect ratio](#).
- ✔ **Has a '<meta name="viewport">' tag with 'width' or 'initial-scale'**
A `<meta name="viewport">` not only optimizes your app for mobile screen sizes, but also prevents a 300 millisecond delay to user input. [Learn more](#).
- ✔ **Redirects HTTP traffic to HTTPS**
Make sure that you redirect all HTTP traffic to HTTPS in order to enable secure web features for all your users. [Learn more](#).
- ✔ **Avoids requesting the notification permission on page load**
Users are mistrustful of or confused by sites that request to send notifications without context. Consider tying the request to user gestures instead. [Learn more about responsibly getting permission for notifications](#).
- ✔ **Allows users to paste into input fields**
Preventing input pasting is a bad practice for the UX, and weakens security by blocking password managers. [Learn more about user-friendly input fields](#).
- ✔ **Serves images with appropriate resolution**
Image natural dimensions should be proportional to the display size and the pixel ratio to maximize image clarity. [Learn how to provide responsive images](#).
- ✔ **Document uses legible font sizes**
Font sizes less than 12px are too small to be legible and require mobile visitors to "pinch to zoom" in order to read. Strive to have >60% of page text ≥12px. [Learn more about legible font sizes](#).

Performance Details - 90%

- ✔ **First Contentful Paint - 0.9 s**
First Contentful Paint marks the time at which the first text or image is painted. [Learn more about the First Contentful Paint metric](#).
- ✔ **Total Blocking Time - 30 ms**
Sum of all time periods between FCP and Time to Interactive, when task length exceeded 50ms, expressed in milliseconds. [Learn more about the Total Blocking Time metric](#).
- ✔ **Speed Index - 2.6 s**
Speed Index shows how quickly the contents of a page are visibly populated. [Learn more about the Speed Index metric](#).
- ✔ **Max Potential First Input Delay - 120 ms**
The maximum potential First Input Delay that your users could experience is the duration of the longest task. [Learn more about the Maximum Potential First Input Delay metric](#).
- ✘ **Eliminate render-blocking resources - Potential savings of 570 ms**
Resources are blocking the first paint of your page. Consider delivering critical JS/CSS inline and deferring all non-critical JS/styles. [Learn how to eliminate render-blocking resources](#).
- ✔ **Largest Contentful Paint - 1.3 s**
Largest Contentful Paint marks the time at which the largest text or image is painted. [Learn more about the Largest Contentful Paint metric](#).
- ✔ **Cumulative Layout Shift - 0.003**
Cumulative Layout Shift measures the movement of visible elements within the viewport. [Learn more about the Cumulative Layout Shift metric](#).
- ✔ **Time to Interactive - 2.6 s**
Time to Interactive is the amount of time it takes for the page to become fully interactive. [Learn more about the Time to Interactive metric](#).
- ✔ **First Meaningful Paint**
First Meaningful Paint measures when the primary content of a page is visible. [Learn more about the First Meaningful Paint metric](#).
- ✔ **Properly size images - Potential savings of 1,520 KiB**
Serve images that are appropriately-sized to save cellular data and improve load time. [Learn how to size images](#).

اضغط هنا للوصول إلى موقع SEOmator <



الروابط الخلفية

روابط بعض المواقع التي يمكن التواصل معها مستقبلاً لإدراج رابط موقع DigiMark في مدوناتها:

1. [مدونة Wajeez](#)

موقع سعودي يقدم مقالات تعليمية متنوعة، بما في ذلك التسويق الرقمي وتحسين محركات البحث.

2. [عالم التقنية](#)

منصة سعودية تهتم بالمقالات التقنية والتسويقية.

3. [مرصد دبي للمستقبل](#)

موقع يعرض محتوى تعليمي وتقني.

4. [موقع كفيل](#)

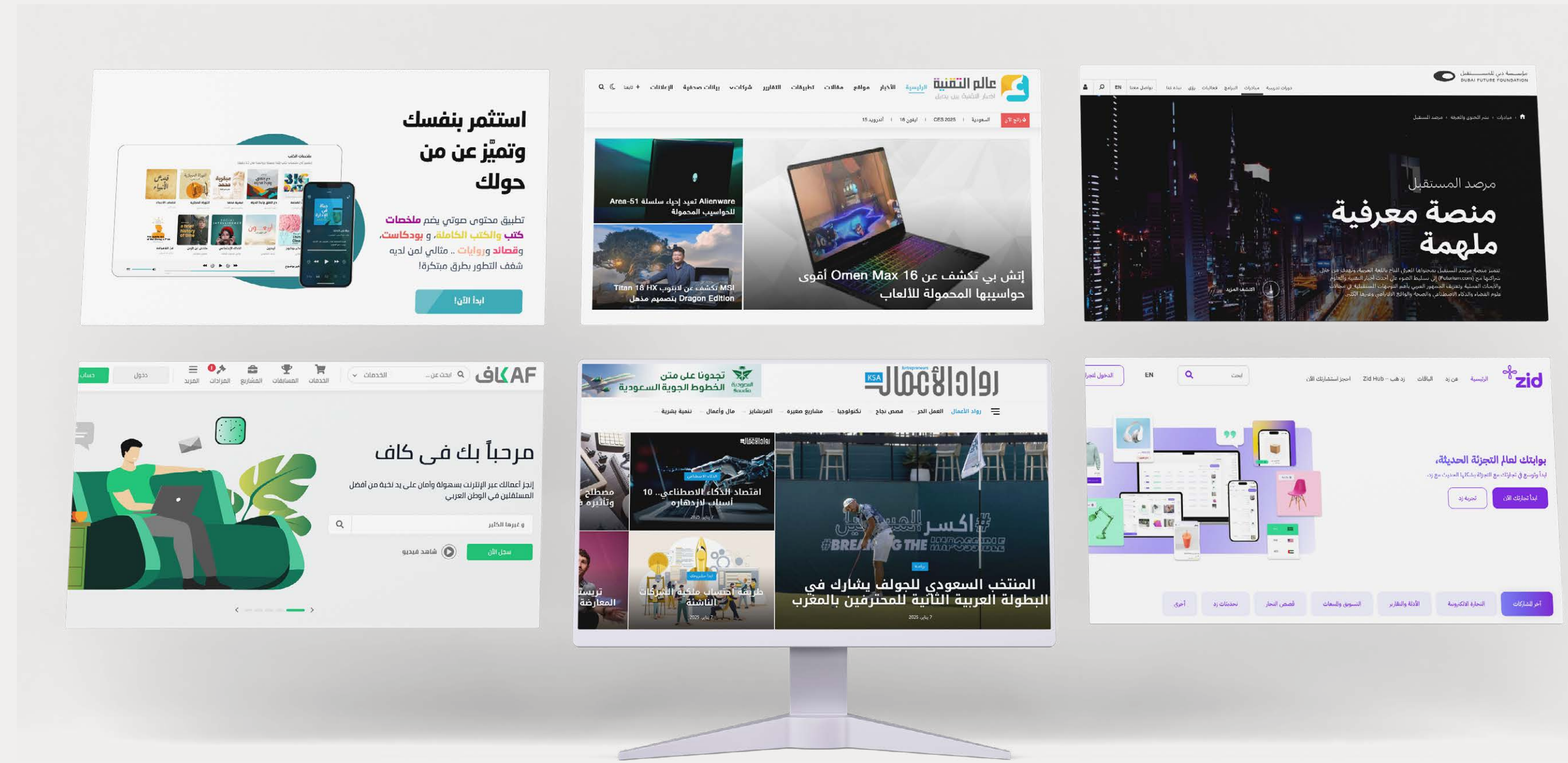
منصة للعمل الحر توفر مدونة بها مواضيع تتعلق بالتسويق الرقمي وتصميم الهوية.

5. [موقع رواد الأعمال](#)

منصة سعودية تهتم بريادة الأعمال والتسويق.

6. [مدونة زد للتجارة الإلكترونية](#)

منصة تهتم بتقديم محتوى عن التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي.



بالضغط على اسم الموقع سيتم تحويلك مباشرة



Digi Turning
Ideas into
Impact
Mark

09

حسابات مواقع التواصل الاجتماعي



حسابات مواقع التواصل الإجتماعي

على حسابات التواصل الاجتماعي الخاصة بـ «DigiMark»، بما في ذلك Instagram و TikTok و X (تويتر سابقًا)، يتم تقديم محتوى تسويقي هادف لدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة. تُستخدم الصور الجذابة والقصص التفاعلية والفيديوهات القصيرة لتوضيح الأفكار والمفاهيم بطريقة مبسطة وجذابة، بهدف تعزيز تفاعل الجمهور مع العلامة التجارية وزيادة الوعي بها. بالإضافة إلى ذلك، تم ربط الحسابات بـ WhatsApp Business لتسهيل التواصل الفوري مع العملاء، وأيضًا بالموقع الإلكتروني لتوفير المزيد من المعلومات والخدمات بسهولة وسلاسة.



للمزيد من حساباتنا في مواقع التواصل الاجتماعي اضغط هنا



DigiMark

Turning Ideas into Impact

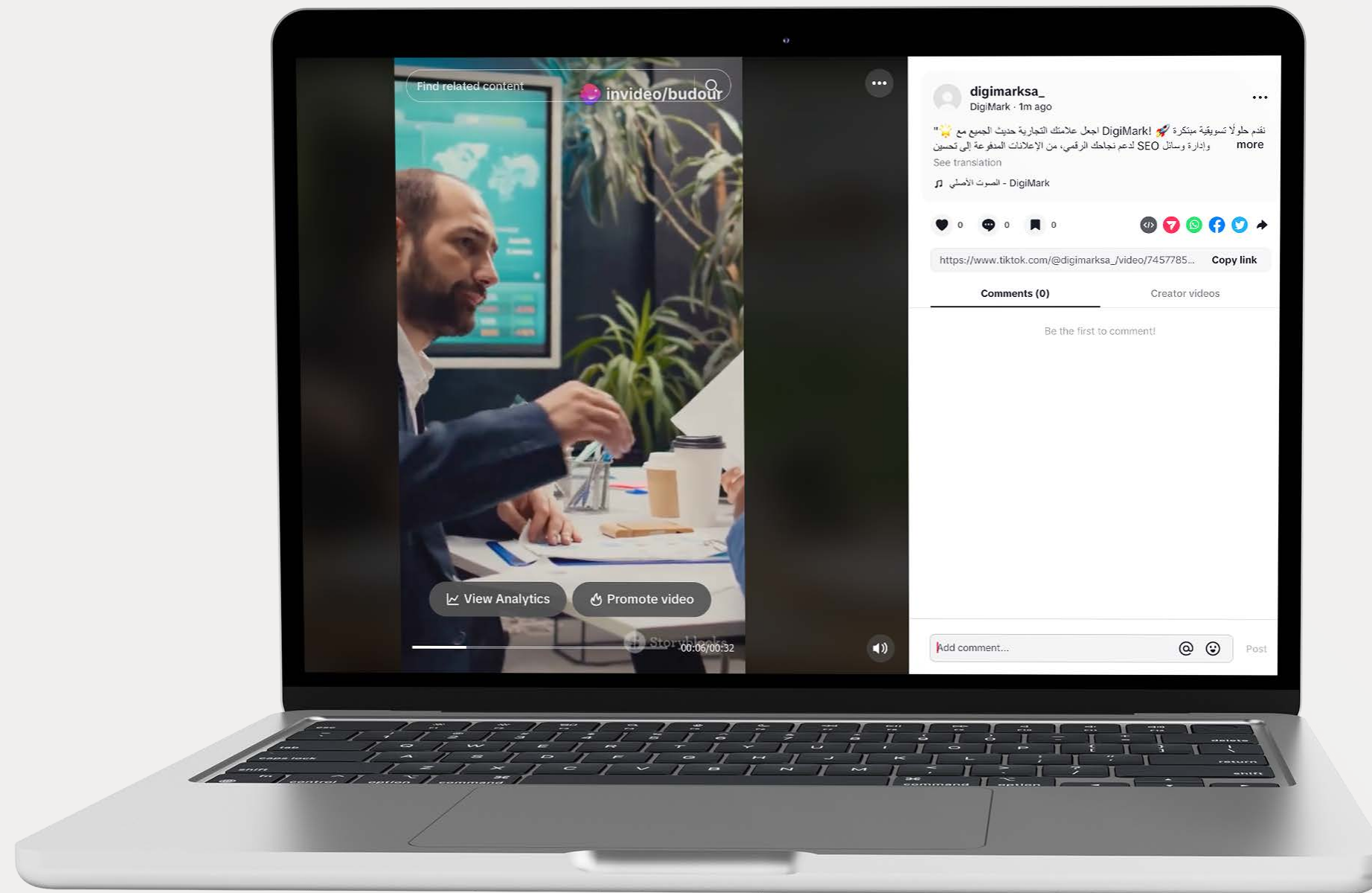
10

فيديو الذكاء الاصطناعي



فيديو بالذكاء الاصطناعي

تم تصميم الفيديو بشكل كامل بالإعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي من خلال مرحلتين:



مرحلة إنشاء الفيديو:

تم إنشاء مقطع الفيديو وضبط الصوت بالإعتماد على موقع [ai.invideo](https://www.invideo.com).



مرحلة كتابة المحتوى:

تم إنشاء نص محتوى الإعلان بالإعتماد على موقع [chatgpt](https://www.chatgpt.com).



DigiMark

Turning Ideas into Impact

11

الحملة الإعلانية



الحملة الإعلانية الجدول الزمني للحملة

2025	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP
المرحلة الأولى الظهور تعزيز التواجد الرقمي وبناء حضور قوي على المنصات الإلكترونية.		تعزيز التواجد الرقمي بناء الوعي وزيادة التفاعل.							
المرحلة الثانية الوعي رفع مستوى الوعي بالعلامة التجارية وترسيخها في أذهان الجمهور.					تنفيذ استراتيجيات للتسويق الفعال. زيادة الوعي بالعلامة التجارية Instagram 1-21 Twitter - X 1-21 TickTok 1-21				
المرحلة الثالثة التحويل والنمو زيادة المبيعات وتحقيق نمو مستدام						زيادة المبيعات الترويج وجذب العملاء. تحقيق التحويلات النهائية. Email 1 - 10 Email 24 - 30 Google Ads 21 - 31			



الحملة الإعلانية تخطيط الحملات الإعلانية ميزانية الحملات: 24,000 ريال

الميزانية (الريال)	الرسالة التسويقية	المدة الزمنية	المنصة	الهدف
4,000	«صمم مستقبل علامتك التجارية معنا!»	May 1 - May 22	Instagram	زيادة الوعي بالعلامة التجارية
5,000	«DigiMark تقدم طولا رقمية تدعم نمو أعمالك.»	June 1 - June 22	Twitter (X)	
6,000	«اجعل علامتك التجارية حديث الجميع مع DigiMark!»	July 1 - July 22	TikTok	
0	«فرصتك الذهبية للتميز تبدأ هنا - خصم حصري ينتظرك!»	June 1 - June 10	Email Campaign 1	زيادة المبيعات
0	«لعملنا المميزين - الآن وقت الارتقاء بأعمالكم!»	June 24 - June 30	Email Campaign 2	
9,000	«DigiMark - الحل الرقمي الأفضل لنمو عملك.»	July 21 - July 31	Google Ads	

تم تحديد المدة الزمنية لكل منصة بناءً على الأهداف التسويقية والإجراءات التنفيذية التي تم تفصيلها سابقاً في الصفحات [35](#) و [36](#) و [37](#).



الحملة الإعلانية مؤشرات تقييم الأداء

الأهداف الرئيسية من الحملات



من خلال هذه المؤشرات يمكن تقييم أداء الحملة وتحديد الجوانب التي يمكن تحسينها للحملات القادمة.

معدل التفاعل على وسائل التواصل

الوصف: قياس عدد الإعجابات، التعليقات، والمشاركات مقارنة بالحملات السابقة.
الأهداف:
1. زيادة التفاعل بنسبة 20% خلال 3 أشهر.

تحسين محركات البحث SEO

الوصف: تحليل ترتيب الموقع الإلكتروني في نتائج البحث وعدد الزيارات اليومية.
الأهداف:
1. زيادة حركة المرور بنسبة 40%.
2. تحسين ترتيب الموقع ليظهر ضمن الصفحة الأولى.

عدد المتابعين

الوصف: قياس النمو في عدد متابعي وسائل التواصل الاجتماعي.
الأهداف:
1. زيادة عدد المتابعين بنسبة 0.0% خلال 1 أشهر.

معدل التحويل:

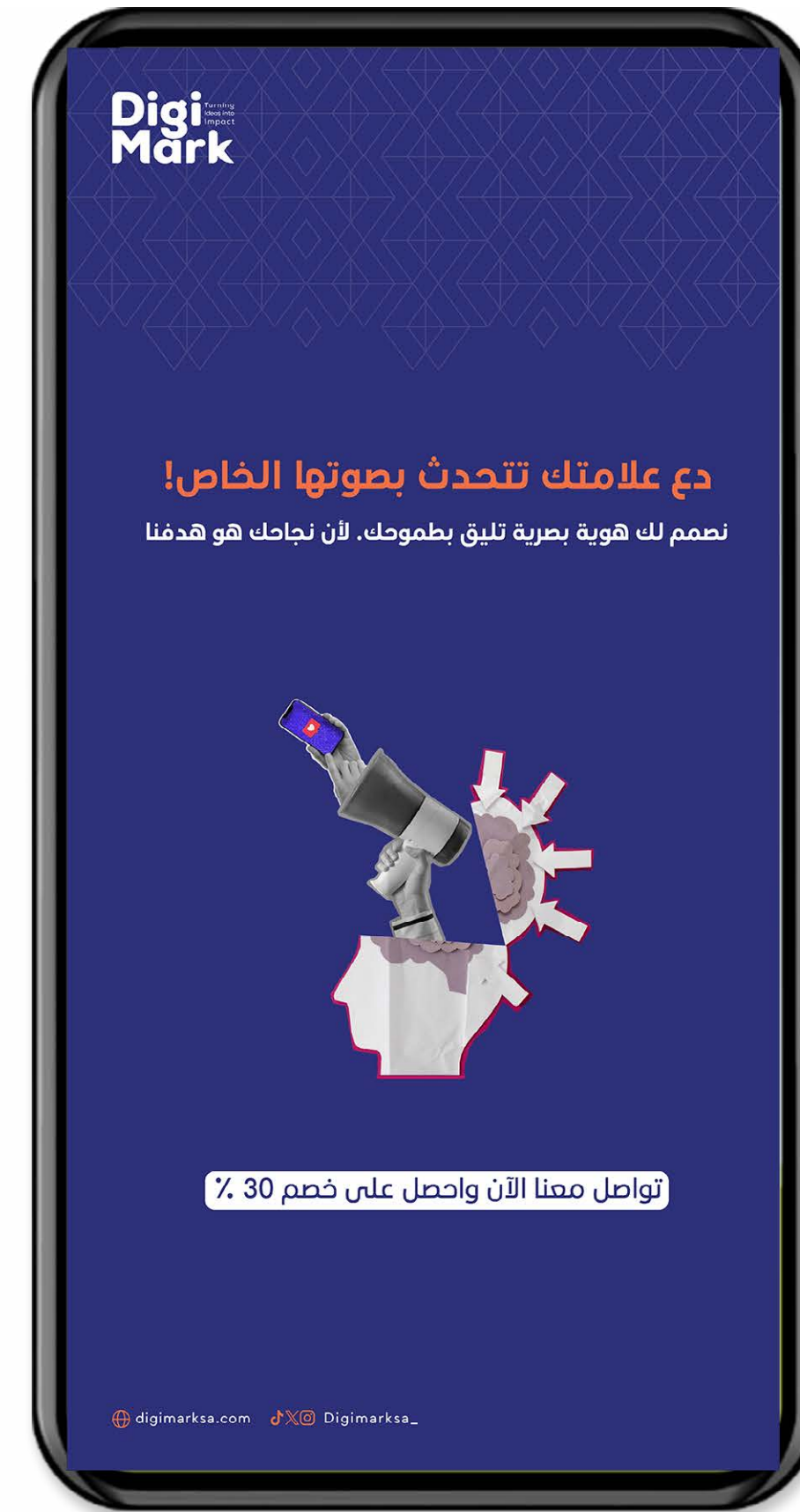
الوصف: قياس عدد العملاء الذين قاموا بشراء الخدمات مقارنة بعدد الزوار.
الأهداف:
1. تحقيق زيادة في المبيعات بنسبة 25%.
2. جذب 50 عميل جديد خلال 3 أشهر.

تسويق المحتوى:

الوصف: متابعة التفاعل مع المحتوى التعليمي والدراسات الموثوقة التي تم نشرها.
الأهداف:
1. التفاعل مع المحتوى بنسبة 25%.
2. بناء وعي قوي بعلامة DigiMark.

التسويق عبر البريد الإلكتروني:

الوصف: قياس معدل فتح الرسائل البريدية ومعدل النقرات.
الأهداف:
1. زيادة المبيعات بنسبة 15%.
2. تعزيز العلاقة مع العملاء من خلال التواصل المستمر.



الحملة الإعلانية حملة انستقرام - Instagram Campaing

هدف الحملة:

زيادة الوعي بالعلامة التجارية.

المدة الزمنية:

تبدأ 1 May , حتى 22 May.

الجمهور المستهدف:

رواد الأعمال الجدد: لتعزيز الهوية البصرية ومحتوى المشاريع الناشئة. أصحاب المتاجر الإلكترونية: لتسويق منتجاتهم وزيادة التفاعل مع الجمهور.

تم تنفيذ الحملة لمجموعتين إعلانيين تستهدف الشريحتين، وتم تصوير خطوات مجموعة واحدة.

الرسالة التسويقية:

صمم مستقبلك مع DigiMark - نحن نضع هوية علامتك التجارية لتصل لجمهورك المثالي.



حملة انستقرام - Instagram Campaign

إنشاء حملة إعلانية جديدة

نوع الشراء: مزاد

اختيار هدف حملة إعلانية

- الوعي
- الزيارات
- التفاعل
- العملاء المحتملون
- ترويج التطبيق
- المبيعات

الوعي

يمكنك عرض إعلاناتك على الأشخاص الذين من المحتمل بشكل كبير أن يتذكروها.

يناسب:

- الوصول
- الوعي بالعلامة التجارية
- مشاهدات الفيديو
- الوعي بموقع المتجر

حول أهداف الحملات الإعلانية

تفعيل التعديلات التلقائية لتحسين أداء الحملات الإعلانية

تعيين الجمهور

جمهورك عام.

يمكن أن تعمل الجماهير العامة على تحسين الأداء والر الأشخاص الذين من المرجح أن يستجيبوا.

محدد

حجم الجمهور المقدر: ١,٣٠٠,٠٠٠ - ١,٥٠٠,٠٠٠

لا تتضمن التقديرات خيارات الجمهور با Advantage وقد تختلف بشكل ملحوظ إلى تحديدات الاستهداف التي تختارها والبا

النتائج اليومية التقديرية

لا تتوفر النتائج اليومية التقديرية لهذه الح تحتوي على ميزة محسنة على مستوى الإعلانية.

اسم المجموعة الإعلانية: رواد الأعمال الجدد

الوعي

هدف الأداء: زيادة معدل وصول الإعلانات

لمساعدتنا على تحسين العرض، سنقوم بطرح استبيانات على مجموعة صغيرة من جمهورك.

صفحة فيسبوك: DigiMarksa

هدف التكلفة لكل نتيجة: ١٥,٠٠٠ ر.س.

متوسط التكلفة لكل 1000 مرة ظهور

ستهدف Meta إلى تحقيق أقصى نتيجة على صعيد 1000 مرة ظهور ومحاربة الحفاظ على متوسط التكلفة في حدود ر.س. ١٥,٠٠٠. قد تكون بعض النتائج بتكلفة أعلى وبعضها بتكلفة أقل.

عرض خيارات إضافية

التصميم الديناميكي

قيد التشغيل

بالنقر على الزر "نشر"، فإنك توافق على شروط وإرشادات الإعلانات الخاصة بفيسبوك.

إغلاق

تم حفظ كل التعديلات



حملة انستقرام - Instagram Campaign

1 إعلان < رواد الأعمال الجدد < May 1

بحث

1 May

رواد الأعمال الجدد

إعلان جديد بهدف الوعي

أصحاب المتاجر الإلكترونية

إعلان جديد بهدف الوعي

تحديد الجمهور

جمهورك عام.

يمكن أن تعمل الجماهير العامة على تحسين الأداء والر الأشخاص الذين من المرجح أن يستجيبوا.

محدد

حجم الجمهور المقتر: ١,٣٠٠,٠٠٠ - ١,٥٠٠,٠٠٠

لا تتضمن التقديرات خيارات الجمهور بأ Advantage وقد تختلف بشكل ملحوظ إلى تحديدات الاستهداف التي تختارها والبي

الميزانية والجدول الزمني

الميزانية

تم تعيين ميزانيتك باستخدام ميزانية حملة Advantage الإعلانية، ويمكنك تحديث الميزانية على مستوى الحملات الإعلانية.

الجدول الزمني

تاريخ البدء

1 مايو، 2025

03+ 06:36

تاريخ الانتهاء

22 مايو، 2025

03+ 00:00

إخفاء الخيارات

حدود إنفاق المجموعة الإعلانية

الحد الأدنى

ر.س. ١٢٠,٠٠٠ يومية

لا يمكننا ضمان إنفاق هذا المبلغ.

الحد الأقصى

ر.س. ١٥٠,٠٠٠ يومية

لن يتم إنفاق أكثر من هذا المبلغ.

جدولة الميزانية

لقد أدخلت فترات الطلب المرتفع الخاصة بك باستخدام ميزانية حملة Advantage الإعلانية.

بالنقر على الزر "نشر"، فإنك توافق على شروط وإرشادات الإعلانات الخاصة بفيسبوك.

إغلاق

تم حفظ كل التعديلات

تجاهل ال

1 إعلان < رواد الأعمال الجدد < May 1

بحث

1 May

رواد الأعمال الجدد

إعلان جديد بهدف الوعي

أصحاب المتاجر الإلكترونية

إعلان جديد بهدف الوعي

تحديد الجمهور

جمهورك عام.

يمكن أن تعمل الجماهير العامة على تحسين الأداء والر الأشخاص الذين من المرجح أن يستجيبوا.

محدد

حجم الجمهور المقتر: ١,٣٠٠,٠٠٠ - ١,٥٠٠,٠٠٠

لا تتضمن التقديرات خيارات الجمهور بأ Advantage وقد تختلف بشكل ملحوظ إلى تحديدات الاستهداف التي تختارها والبي

الناتج اليومية التقديرية

لا تتوفر النتائج اليومية التقديرية لهذه الح تحتوي على ميزانية محسنة على مستوى ال الإعلانية.

إششاء جمهور جديد

استخدام جمهور محفوظ

رواد الأعمال الجدد

الموقع:

المملكة العربية السعودية

العمر:

٢٥ - ٣٥

اللغة:

الإنجليزية (المملكة المتحدة)، والعربية أو الإنجليزية (الولايات المتحدة الأمريكية)

الأشخاص المطابقون:

الاهتمامات: ريادة الأعمال الاجتماعية، والسلوكيات: أصحاب الأنشطة التجارية الصغيرة، والمسوقون المتفاعلين، والأشخاص الذين يفضلون السلع عالية القيمة في المملكة العربية السعودية، والأشخاص الذين يفضلون السلع متوسطة وعالية القيمة في المملكة العربية السعودية، ونشاط تجاري نشط جديد (أقل من ٦ أشهر)، ونشاط تجاري نشط جديد (أقل من ٢٤ شهرًا)، ومسؤولو الملف الشخصي للنشاط التجاري على Instagram أو مسؤولو المتاجر، والحالة الاجتماعية: أعزب، ومزربط، ومزوج أو مخطوب، والصناعة: خدمات إدارية، وبيعيات، وأعمال وماليات، وإدارة، والطعمة ومطاعم، والإشاء والاستخراج، والإنتاج، والزراعة والصيد وعلم الغابات، وموظف الأنشطة التجارية الكبيرة التي تدير أعمالها مع أنشطة تجارية أخرى (500 موظف فأكثر)، وموظف الأنشطة التجارية المتوسطة التي تدير أعمالها مع أنشطة تجارية أخرى (200 إلى 500 موظف)، وموظف الأنشطة التجارية الصغيرة التي تدير أعمالها مع أنشطة تجارية أخرى (10 إلى 200 موظف)، والمسيمات الوظيفية والاهتمامات لسماعي قرارات الأعمال، ومساعو قرارات الأعمال، ومساعو القرار في تكنولوجيا المعلومات، وحجم الشركة: 100-11 موظف، والشركات التي تأسست قبل عام 2000، والشركات التي تأسست بين عام 2010 والآن، وحجم الشركة: 101-500 موظف، وحجم الشركة: 1-10 موظفين، والشركات التي تأسست بين عام 2000 و2009 أو حجم الشركة: أكثر من 500 موظف، والأيا: الأمل (الكل)

ويجب أيضًا أن تستوفي:

الاهتمامات: تجارة إلكترونية (بيع بالتجزئة)

جمهور باستخدام Advantage+:

متوقعة

تعديل

بالنقر على الزر "نشر"، فإنك توافق على شروط وإرشادات الإعلانات الخاصة بفيسبوك.

إغلاق

تم حفظ كل التعديلات

تجاهل ال



حملة انستقرام - Instagram Campaign

Search or enter website name

May 1

إعلان جديد بهدف الوعي

معاينة متقدمة

معاينة الإعلان

التنسيق

تم تمكين التصميم الديناميكي. سيتم إنشاء إعلانات متعددة تلقائيًا باستخدام أصول التصميمات الفردية.

صورة أو فيديو واحد

صورة أو فيديو واحد أو عرض شرائح واحد يحتوي على صور متعددة

تسويق دوائر

صورتان أو أكثر قابلة للتمرير

إعلانات من معلنين متعددين

يمكن أن تظهر إعلاناتك جنبًا إلى جنب مع إعلانات أخرى في الوحدة الإعلانية نفسها لمساعدة الأشخاص على استكشاف المنتجات والخدمات من الأنشطة التجارية والتي تم إضفاء طابع شخصي عليها. قد يتم تغيير حجم تصميم إعلانك أو اقتصاصه ليلائم الوحدة الإعلانية. تعرف على الإعلانات من معلنين متعددين

تصميم الإعلان

يمكنك تحديد وتحسين نص إعلانك ووسائطه وتحسيناته.

صورة

إضافة صور

2048 x 1025

2048 x 1025

لنشر الأشرطة والحصول على المزيد من المعلومات راجع إرشادات الإعلان على Meta.

النص الأساسي

بالنقر على الزر "نشر"، فإنك توافق على شروط وإرشادات الإعلانات الخاصة بـ فيسبوك.

إغلاق

تم حفظ كل التعديلات

تجاهل المسودة

Search or enter website name

May 1

إعلان جديد بهدف الوعي

معاينة متقدمة

معاينة الإعلان

النص الأساسي

"صمم مستقبل علامتك التجارية معنا!"

العنوان

اكتب عنوانًا مختصرًا

* عنوان URL لموقع الويب

www.DigiMarksa.com

معاينة عنوان URL

إنشاء معلمة عنوان URL

الدعوة لاتخاذ إجراء

الحصول على عرض أسعار

إضافة خيار آخر

تفاصيل المناسبة - اختياري

يمكنك تضمين تفاصيل المناسبة في إعلانك. سيعرض إعلانك عنوانًا ووقت البدء أو الانتهاء وزر تذكير حتى يتمكن جمهورك من تلقي تذكيرات بشأن المناسبة.

إضافة مناسبة

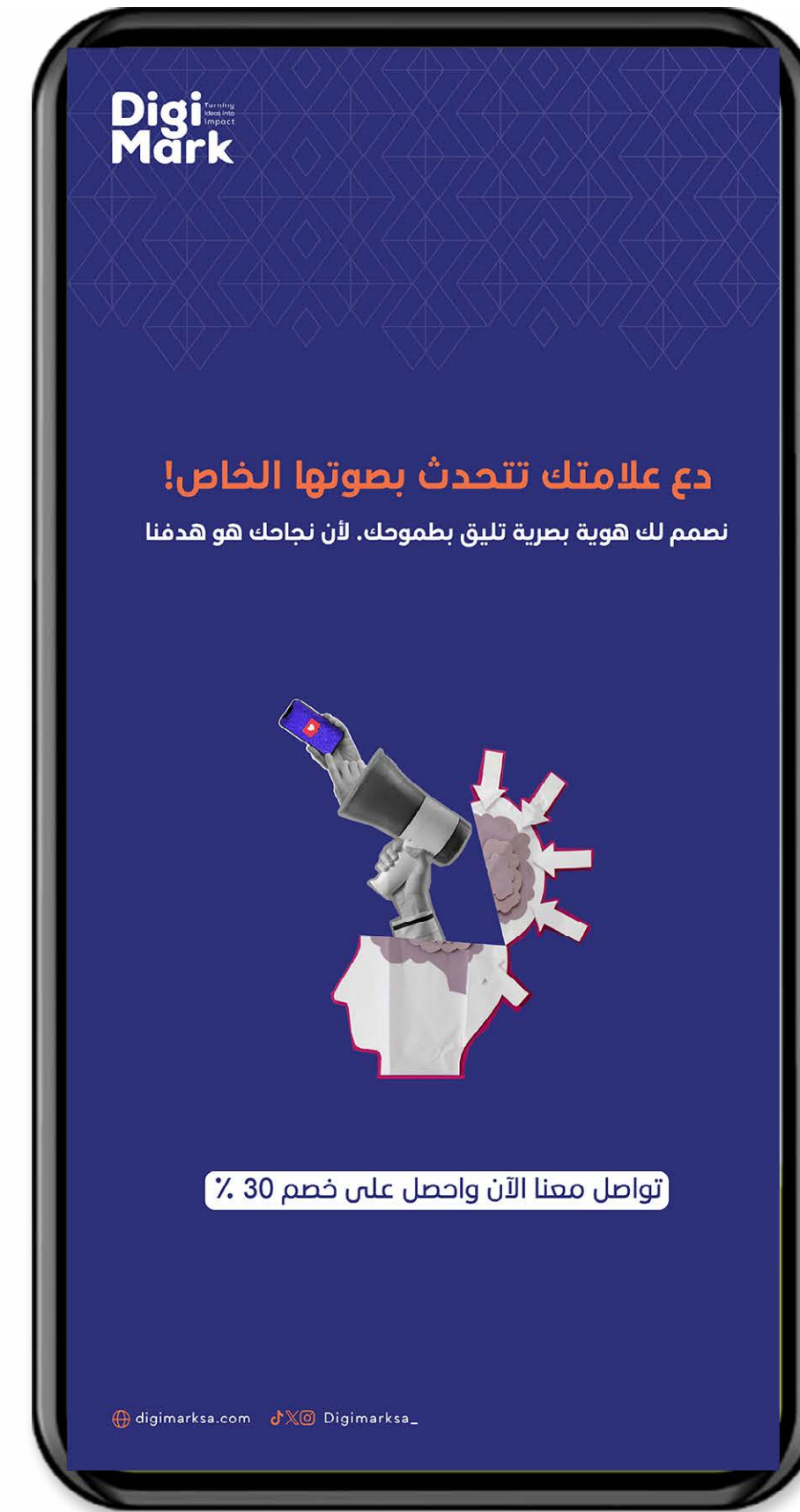
التتبع

بالنقر على الزر "نشر"، فإنك توافق على شروط وإرشادات الإعلانات الخاصة بـ فيسبوك.

إغلاق

تم حفظ كل التعديلات

تجاهل المسودة



الحملة الإعلانية حملة تويتر (إكس) - X Campaing

هدف الحملة:

زيادة الوعي بالعلامة التجارية.

المدة الزمنية:

تبدأ 1 Jun , حتى 22 Jun.

الجمهور المستهدف:

مدراء الشركات الصغيرة والمتوسطة: لتعزيز النقاش حول الحلول التسويقية.

أصحاب المتاجر الإلكترونية: لزيادة الوعي بالعلامة التجارية من خلال استبيانات ومناقشات.

الرسالة التسويقية:

هل تبحث عن استراتيجيات تسويقية مبتكرة؟ DigiMark تقدم لك حلولاً رقمية تدعم نمو أعمالك.



حملة تويتر (إكس) - X Campaign

The screenshot shows the 'Campaign details' section of the X Campaign setup. The campaign name is 'Awareness 1Jul' with a character count of 241. The funding source is 'Visa ending in 1638'. The remaining budget is \$0.00, and the campaign runs from January 9, 2025, to the present. An A/B test is currently 'On', starting on 7/1/25 at 12:00am GMT+3 and ending on 7/22/25 at 12:00am GMT+3. Campaign budget optimization is turned 'Off'. Under the 'Advanced' section, the campaign spend cap is set to USD 1,300.00. Navigation buttons at the bottom include 'Exit', 'Save draft', and 'Next'.

The screenshot shows the 'New Customers' ad group details section. The ad group name is 'New Customers' with a character count of 242. The audience estimate is 15.1M-16.6M, based on targeting selections over 30 days. The daily ad group budget is USD 60.00, and the total spend is USD 1,330.00. The A/B test start is Jul 1, 2025, 12:00 AM GMT+3, and the A/B test end is Jul 22, 2025, 12:00 AM GMT+3. The delivery goal is currently blank. Navigation buttons at the bottom include 'Back', 'Exit', 'Save draft', and 'Next'.



حملة تويتر (إكس) - X Campaign

The screenshot shows the 'New Customers' campaign setup page in the 'Delivery' tab. The 'Goal' is set to 'Reach with engagement'. The 'Bid strategy' is 'Autobid (recommended)'. The 'Target cost' is set to USD 6.19 per 1K impressions, with a bid suggestion of \$8.00 - \$12.00. The 'Pay by' is 'Impression'. The 'Audience estimate' is 15.1M-16.6M. The page includes navigation buttons: 'Back', 'Exit', 'Save draft', and 'Next'.

The screenshot shows the 'New Customers' campaign setup page in the 'Frequency cap' tab. The 'Pay by' is 'Impression'. The 'Frequency cap' is set to 'Set a custom cap' with 1 impression per 7 days. The 'Pacing' is 'Standard (recommended)'. The 'App conversions (optional)' are set to 'Choose an Android app'. The 'Measurement options' include 'Audience measurement tag (optional)' and 'Google Campaign Manager impression tag (optional)'. The 'Audience estimate' is 15.1M-16.6M. The page includes navigation buttons: 'Back', 'Exit', 'Save draft', and 'Next'.



حملة تويتر (إكس) - X Campaign

The screenshot shows the 'New Customers' targeting interface. The 'Placements' section includes 'X placements' with options for Home timelines, Profiles, Search results, and Replies. The 'Demographics' section includes Gender (Any, Women, Men) and Age (All, Age range 25-49). The 'Audience estimate' shows 10.1M-11.2M. Navigation buttons include Back, Exit, Save draft, and Next.

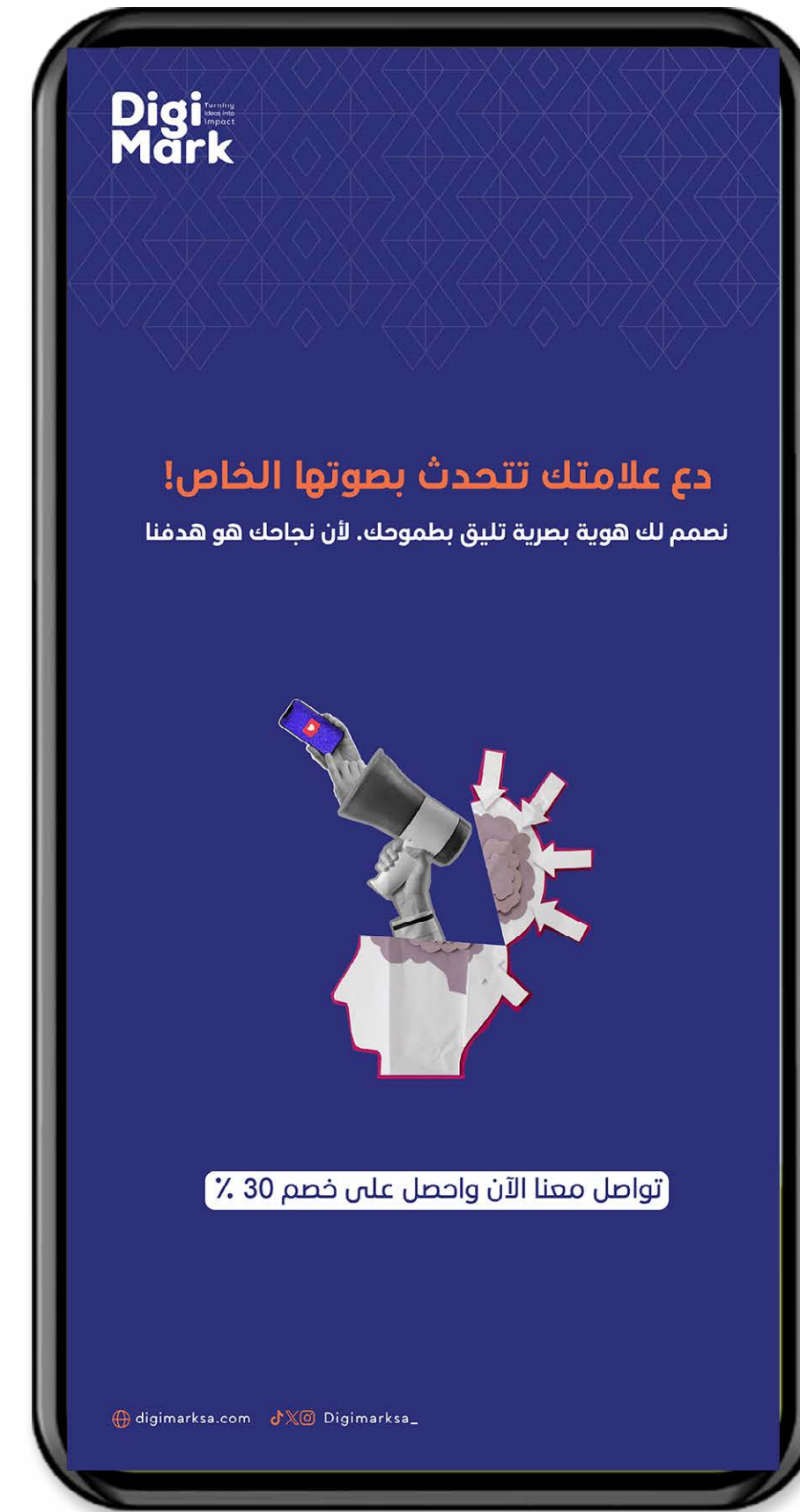
The screenshot shows the 'New Customers' targeting interface with more options. The 'Language' section includes Arabic and English. The 'Specific locations' section includes Saudi Arabia. The 'Devices' section includes Operating system (iOS, Android) with dropdown menus for each. The 'Audience estimate' shows 9.4M-10.3M. Navigation buttons include Back, Exit, Save draft, and Next.



حملة تويتر (إكس) - X Campaign

The screenshot shows the 'New Customers' campaign setup page. The left sidebar has a 'launch campaign' button. The main area is divided into 'Targeting features' and 'Audience estimate'. Under 'Targeting features', there are sections for 'Keywords (optional)', 'Follower look-alikes (optional)', and 'Interests (optional)'. The 'Keywords' section includes a search bar with 'خطة تسويق' and several tags like 'تحسين المبيعات', 'تحسين محركات البحث', 'التسويق الرقمي', 'تصميم هوية بصرية', 'بناء العلامة التجارية', and 'خطة تسويق'. The 'Follower look-alikes' section has a search bar with 'ماز نيكسا | نيكسا' and tags for 'NEXA @DigitalNexa', 'Smart Touch @SmartTouchAds', and 'MAZ NEXA | نيكسا'. The 'Interests' section has a search bar and tags for 'الأعمال - ريادة الأعمال', 'الأعمال - الأعمال الصغيرة', and 'الأعمال - التسويق'. The 'Audience estimate' section shows '3.0M-3.3M' and a note: 'Based on your targeting selections, this is the estimated size of your audience over 30 days.' At the bottom, there are 'Back', 'Exit', 'Save draft', and 'Next' buttons.

The screenshot shows the 'Awareness 1 Jul' campaign setup page. The left sidebar has a 'launch campaign' button. The main area is divided into 'Ad details' and 'Preview'. The 'Ad details' section includes 'Ad name (optional)' with 'Awareness 1 Jul', 'Product category' with 'Business & Industrial > Advertising & Marketing', and 'Destination' with 'None'. The 'Preview' section shows a tweet from @digimarksa_ with the text: 'هل تبحث عن استراتيجيات تسويقية مبتكرة... إبداعنا يبدأ بمتك... إبدأ رحلتك نحو النجاح الآن: [www.DigiMarksa.com] #تسويق_رقمي #تطوير_الأعمال #DigiMark'. At the bottom, there are 'Back', 'Exit', 'Save draft', and 'Next' buttons.



الحملة الإعلانية حملة تيك توك - TikTok Campaing

هدف الحملة:

زيادة الوعي بالعلامة التجارية.

المدة الزمنية:

تبدأ 1 ايل , حتى 22 ايل.

الجمهور المستهدف:

رواد الأعمال الجدد: لإطلاق محتوى تعليمي جذاب.
أصحاب المتاجر الإلكترونية: لإظهار المنتجات بشكل تفاعلي.

الرسالة التسويقية:

مع DigiMark, اجعل علامتك التجارية حديث الجميع! فيديوهات قصيرة, نتائج كبيرة.



حملة تيك توك - TickTok Campaing

The screenshot shows the TikTok Ads Manager interface for a campaign named "Awareness 1 Jul". The main section is titled "الحملة" (Campaign) and includes a "الوصول" (Reach) section with a megaphone icon. The reach goal is set to "زيادة الوعي بالعلامة التجارية" (Increase brand awareness) and the target is "أختر هذا الهدف ل: أثير أشخاصا أكثر عن المنتج أو الخدمة أو الشركة." (Select this goal to: reach more people about the product or service or company). The "الوصول" (Reach) goal is selected. The "التحويلات" (Conversions) section includes options for "الترويج للتطبيق" (App promotion), "إنشاء عميل محتمل" (Lead generation), and "تحويلات موقع الويب" (Website conversions). The "الإعدادات" (Settings) section includes "اسم الحملة" (Campaign name) set to "Awareness 1 Jul", "إنشاء اختبار تقسيم" (Create split test) (unchecked), and "تحسين ميزانية الحملة" (Optimize campaign budget) (checked). The budget is set to 6,000.00 SAR.

The screenshot shows the TikTok Ads Manager interface for a campaign named "Awareness 1 Jul". The main section is titled "الإعدادات" (Settings) and includes "اسم الحملة" (Campaign name) set to "Awareness 1 Jul", "إنشاء اختبار تقسيم" (Create split test) (unchecked), and "تحسين ميزانية الحملة" (Optimize campaign budget) (checked). The budget is set to 6,000.00 SAR.



حملة تيك توك - TickTok Campaing

The screenshot displays the TikTok Ads Manager interface for a campaign named 'Awareness 1 Jul'. The campaign is set to 'Balanced' with a budget of 18,666,000-22,815,000 SAR. The target audience is defined by age (35-44, 25-34, 18-24, 13-17, and بدون حدود), gender (ذكر, أنثى), and language (العربية, الإنجليزية). The campaign is set to run from 08:51 on 2025-06-22 to 08:51 on 2025-07-01. The daily budget is SAR 6,000.00. The campaign is set to 'لا' (No) for 'هل هذا مفيد؟' (Is this helpful?). The campaign is set to 'جيد' (Good) for 'استخدام الميزانية' (Budget usage). The campaign is set to 'لا تعرض الإعلانات أكثر من 3 مرات كل 7 من الأيام' (Do not show ads more than 3 times every 7 days).

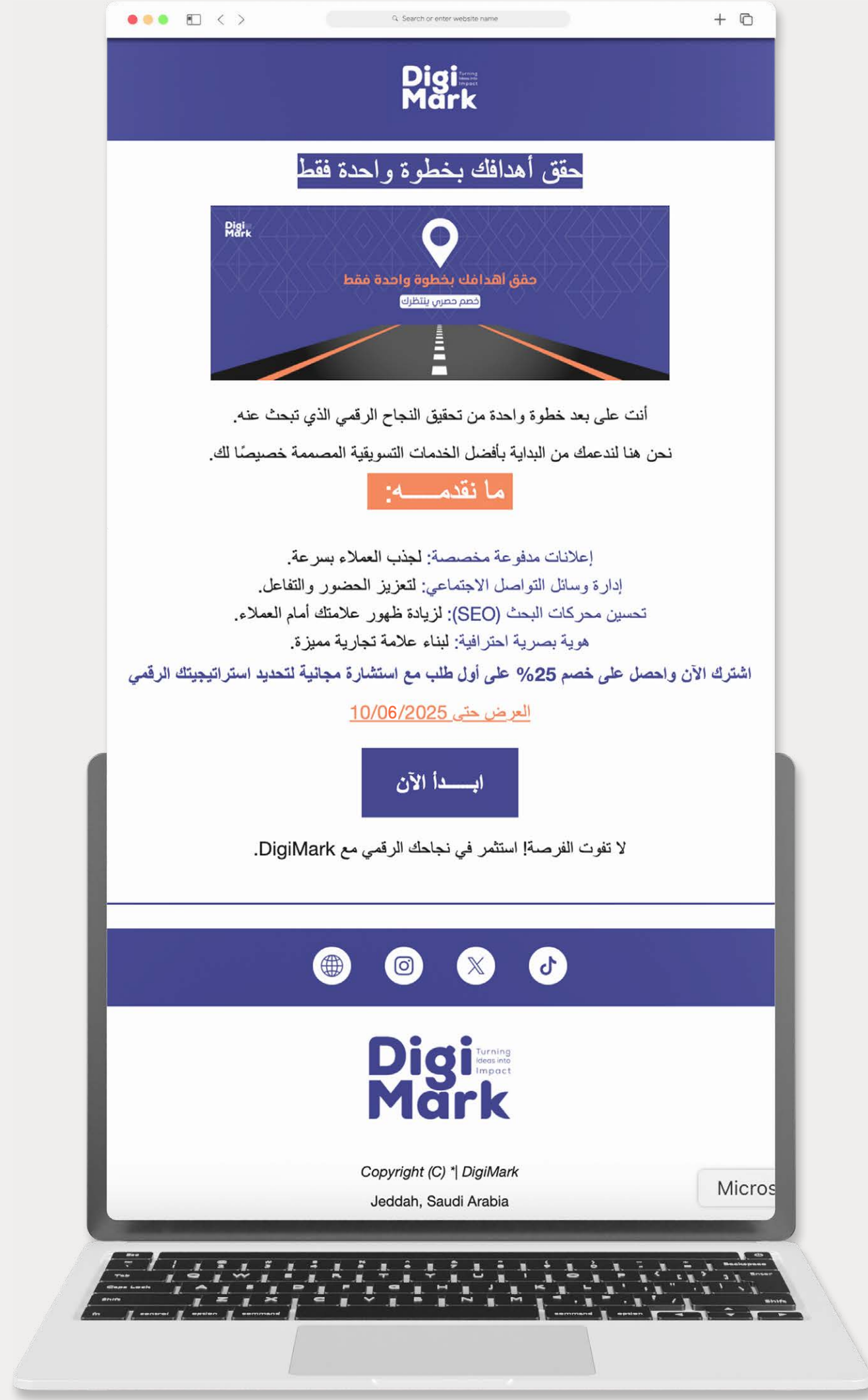
The screenshot displays the TikTok Ads Manager interface for a campaign named 'Awareness 1 Jul'. The campaign is set to 'Balanced' with a budget of 18,666,000-22,815,000 SAR. The target audience is defined by age (35-44, 25-34, 18-24, 13-17, and بدون حدود), gender (ذكر, أنثى), and language (العربية, الإنجليزية). The campaign is set to run from 08:51 on 2025-06-22 to 08:51 on 2025-07-01. The daily budget is SAR 6,000.00. The campaign is set to 'لا تعرض الإعلانات أكثر من 3 مرات كل 7 من الأيام' (Do not show ads more than 3 times every 7 days).



حملة تيك توك - TickTok Campaing

The screenshot displays the TikTok Ads Manager interface for a campaign named "Awareness 1 Jul". The interface is in Arabic and shows the following details:

- Account:** DigiMark0109
- Navigation:** التحليلات, الأدوات, الحملة, لوحة المعلومات, مدير الإعلانات, TikTok.
- Campaign Name:** Awareness 1 Jul
- Start Date:** 09:00:24 2025-01-09
- Objective:** الوجهة (Destination)
- Website URL:** موقع الويب, عنوان URL
- URL:** com?utm_source=tiktok&utm_medium=paid
- UTM Parameters:** URL.utm_source=tiktok&utm_medium=paid
- Link Type:** توجيه المستخدمين إلى الرابط المُوجّه أولاً (Redirect users to the link first)
- App Link:** App Link و Universal و Scheme مدعومة.
- Checkmark:** من خلال تعديل هذا المربع، فأنت توافق على عرض الإعلان ومقاييس الأداء المرتبطة بالحملة في المركز الإبداعي في TikTok for Business و TikTok Market Scope.
- Buttons:** نشر الكل, تم حفظ المسوّدة, خروج



DigiMark 12:12 AM
فرصتك الذهبية للتميز تبدأ هنا - خصم حصري ينتظرك!
أنت على بعد خطوة واحدة من تحقيق النجاح الرقمي الذي تبحث عنه. نحن هنا
لندعمك من البداية بأفضل الخدمات التسويقية المصممة خصيصًا لك. View...

الحملة الإعلانية البريد الإلكتروني - Email Compaign

هدف الحملة:

زيادة المبيعات من خلال استهداف العملاء الجدد وتشجيعهم على تجربة خدماتنا للمرة الأولى.

المدة الزمنية:

تبدأ الحملة في 1 Jun وتستمر لمدة 10 أيام.

الجمهور المستهدف:

رواد الأعمال الجدد: تقديم عروض تعريفية لجذب العملاء.
مدراء الشركات الصغيرة والمتوسطة: استعراض خدمات متقدم.

رسالة الحملة:

DigiMark تقدم لك حلولاً رقمية مميزة لتحسين ظهور علامتك التجارية وزيادة المبيعات. اشترك الآن واستفد من خصم 20% على أول طلب.

عنوان الحملة:

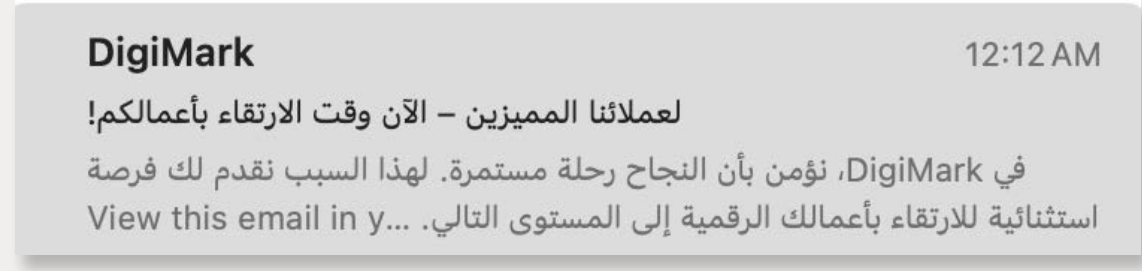
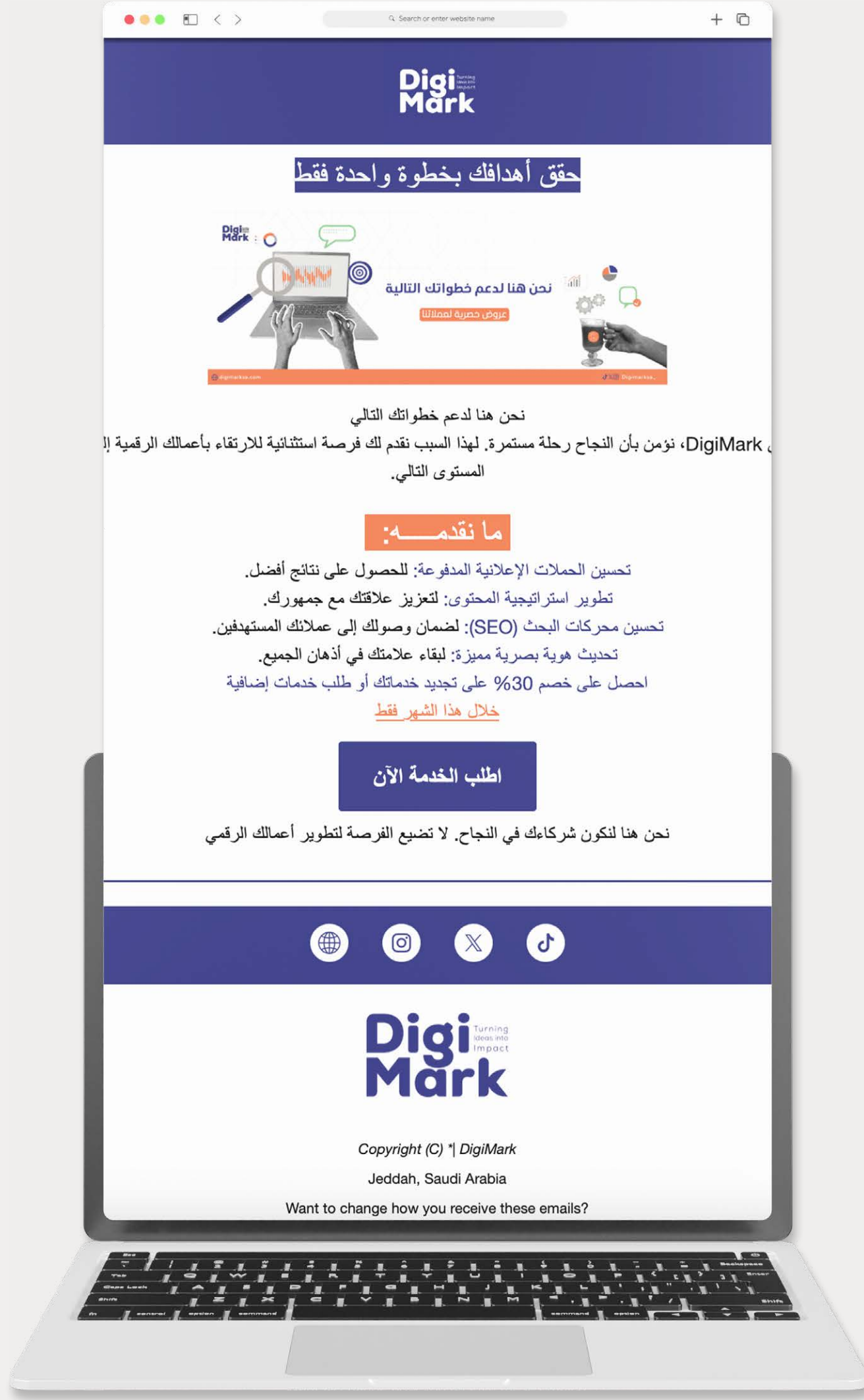
فرصتك الذهبية للتميز تبدأ هنا - خصم حصري ينتظرك!

زر الدعوة إلى الإجراء (CTA):

[ابدأ الآن واستفد من العرض]

النهاية:

لا تفوت الفرصة! استثمر في نجاحك الرقمي مع DigiMark.



الحملة الإعلانية البريد الإلكتروني - Email Compaign

هدف الحملة:

زيادة المبيعات من العملاء الحاليين من خلال تشجيعهم على تجديد خدماتهم أو طلب خدمات إضافية لدعم نموهم الرقمي.

المدة الزمنية:

تبدأ Jun 24 , بعد أسبوعين من نهاية الحملة السابقة تستمر حتى Jun 30

الجمهور المستهدف:

رواد الأعمال الجدد: تقديم عروض تعريفية لجذب العملاء.

مدراء الشركات الصغيرة والمتوسطة: استعراض خدمات متقدم.

رسالة الحملة:

DigiMark تدعمك بتحسين حملاتك الرقمية وتطوير محتواك مع خصم ٣٠٪ على التجديد أو الخدمات الجديدة.

عنوان الحملة:

لعملائنا المميزين - الآن وقت الارتقاء بأعمالكم!

زر الدعوة إلى الإجراء (CTA):

[اطلب الخدمة الآن]

النهاية:

نحن هنا لنكون شركاءك في النجاح, لا تفوت فرصة تطوير أعمالك الرقمية



الحملة الإعلانية إعلانات قوقل - Google Ads

هدف الحملة:

زيادة المبيعات من العملاء الحاليين من خلال تشجيعهم على تجديد خدماتهم أو طلب خدمات إضافية لدعم نموهم الرقمي.

المدة الزمنية:

تبدأ 21 ايل حتى 31 ايل.

الجمهور المستهدف:

جميع الشرائح المحددة سابقاً:

رواد الأعمال الجدد: للترويج لبناء العلامة التجارية.

أصحاب المتاجر الإلكترونية: لتحسين الوصول للعملاء الباحثين عن المنتجات.

مدراء الشركات الصغيرة والمتوسطة: لعرض حلول تسويقية مبتكرة.

تم تنفيذ الحملة لثلاث مجموعات إعلانية تستهدف جميع الشرائح، وتم تصوير خطوات مجموعة واحدة.

الرسالة التسويقية:

DigiMark - الحل الرقمي الأفضل لنمو عملك. استهدف جمهورك، حقق أهدافك.



حملة إعلانات قوقل - Google Ads

ما هدف حملتك؟

اختر هدفك

أكثر هذا التخصيص تعريتك بما يتناسب مع الأهداف والإعدادات التي تناسب حملتك بشكل أفضل.

- الترويج للتطبيق
- زيارات الموقع الإلكتروني
- العلاء المحتملون
- المبيعات
- إنشاء حملة بدون تحديد هدف معين
- الزيارات إلى المتاجر المحلية والعروض الترويجية
- زيادة الوعي والتفكير في الشراء

استخدام أهداف الإجابة الشائعة هذه لتحسين المبيعات

أحد إجراء جديدا للإجابة الشائعة من أجل تلعب هدف ذي الصلة بالهدف التسويقي "المبيعات". لا يتضمن الهدف التسويقي "المبيعات" أي أهداف يمكن تحسين حملتك لتحقيقها.

تأكيد هدف

التالي

اختر نوع الحملة

- الشبكة الإعلانية
- العملاء لزيادة الطلب
- الإداء الأفضل
- بحث
- فيديو
- تسوق

اختر الطرق التي ترغب في تحقيق هدفك من خلالها

زيارات الموقع الإلكتروني

http://www.digimarks.com

الكلمات الدلالية

زيارات المتجر

اسم الحملة

Jul 21 Purchase



حملة إعلانات قوقل - Google Ads

الوصول إلى الأشخاص المناسبين، إما بتحديد الإعدادات الأساسية لممتلكاتك

شبكة بحث Google، وشركاء البحث، والشبكة الإعلانية

المواقع الجغرافية (بدا)

السعودية (بدا)

اللغات العربية و English

شرايح الجمهور

اختر شرايح الجمهور المطلوب إضافتها إلى حملتك. يمكنك إنشاء شرايح جديدة من الجمهور مستندة إلى بياناتك من خلال الفرع على شريحة جديدة في علامة التبويب "بحث".

محرر الكتل	تصفح	بحث
19 عنصرًا تم اختياره	حزب "خدمات استشارية للمسار الرقمي"	عرض: أحدث الجماهير والأفكار
استضافة ويب	خدمات أعمال و تكنولوجيا أعمال و خدمات ويب	اختيار الكتل (22)
تسجيل بطاقات	خدمات أعمال و تكنولوجيا أعمال و خدمات ويب	مجموع العجبة المصنفة ليبيبة
تصميم وتطوير مواقع الكترونية	خدمات أعمال	استنادًا إلى تفضيلاتك
خدمات أعمال	خدمات الإعلان و التسويق	التسويق الموسمي
خدمات الإعلان و التسويق	خدمات تصميم بحركات بحث و تسويق عبر محركات البحث	أزياء و إكسسوارات
خدمات أعمال و خدمات الإعلان و التسويق	خدمات تسويق عبر البريد الإلكتروني	استنادًا إلى تفضيلاتك
خدمات تسويق عبر البريد الإلكتروني		خدمات الإعلان و التسويق

إعداد الاستهداف لهذه الحملة

الاستهداف

تطبيق مدى وصول حملتك إلى الشرائح المحددة، مع خيار تعيين عروض الأسعار

المراقبة (مستحسن)

عدم تطبيق مدى وصول حملتك مع خيار تعدي. عروض الأسعار على الشرائح المحددة

الكلمات الرئيسية التي تستخدم المطابقة

إيقاف التشغيل: استخدم أنواع مطابقة الكلمات الرئيسية

تاريخ البدء وتاريخ الانتهاء

تاريخ البدء: 21 يوليو 2025 تاريخ الانتهاء: 31 يوليو 2025

خيارات عناوين URL للحملة

استخدام خيارات تتبع عناوين URL

الوصول إلى الأشخاص المناسبين، إما بتحديد الإعدادات الأساسية لممتلكاتك

شبكة بحث Google، وشركاء البحث، والشبكة الإعلانية

المواقع الجغرافية (بدا)

السعودية (بدا)

اللغات العربية و English

شرايح الجمهور

اختر شرايح الجمهور المطلوب إضافتها إلى حملتك. يمكنك إنشاء شرايح جديدة من الجمهور مستندة إلى بياناتك من خلال الفرع على شريحة جديدة في علامة التبويب "بحث".

محرر الكتل	تصفح	بحث
19 عنصرًا تم اختياره	حزب "خدمات استشارية للمسار الرقمي"	عرض: أحدث الجماهير والأفكار
استضافة ويب	خدمات أعمال و تكنولوجيا أعمال و خدمات ويب	اختيار الكتل (22)
تسجيل بطاقات	خدمات أعمال و تكنولوجيا أعمال و خدمات ويب	مجموع العجبة المصنفة ليبيبة
تصميم وتطوير مواقع الكترونية	خدمات أعمال	استنادًا إلى تفضيلاتك
خدمات أعمال	خدمات الإعلان و التسويق	التسويق الموسمي
خدمات الإعلان و التسويق	خدمات تصميم بحركات بحث و تسويق عبر محركات البحث	أزياء و إكسسوارات
خدمات أعمال و خدمات الإعلان و التسويق	خدمات تسويق عبر البريد الإلكتروني	استنادًا إلى تفضيلاتك
خدمات تسويق عبر البريد الإلكتروني		خدمات الإعلان و التسويق

إعداد الاستهداف لهذه الحملة

الاستهداف

تطبيق مدى وصول حملتك إلى الشرائح المحددة، مع خيار تعيين عروض الأسعار

المراقبة (مستحسن)

عدم تطبيق مدى وصول حملتك مع خيار تعدي. عروض الأسعار على الشرائح المحددة

الكلمات الرئيسية التي تستخدم المطابقة

إيقاف التشغيل: استخدم أنواع مطابقة الكلمات الرئيسية

تاريخ البدء وتاريخ الانتهاء

تاريخ البدء: 21 يوليو 2025 تاريخ الانتهاء: 31 يوليو 2025

خيارات عناوين URL للحملة

استخدام خيارات تتبع عناوين URL



حملة إعلانات قوقل - Google Ads

The screenshot displays the Google Ads dashboard for a campaign. At the top, the account name 'Bedo Store 867-746-3249' and email 'budourfa@gmail.com' are visible. The main header shows 'جميع الحملات' (All Campaigns) and 'إعلانات Google' (Google Ads). A progress bar indicates 86.3% completion. The central area is titled 'الكلمات الرئيسية والإعلانات' (Keywords and Ads) and includes a search bar and a list of keywords. A sidebar on the right contains navigation options like 'بحث' (Search), 'عروض الأسعار' (Bids), 'إعدادات الحملة' (Campaign Settings), 'الكلمات الرئيسية والإعلانات' (Keywords and Ads), 'الميزانية' (Budget), and 'مراجعة' (Review). A bottom sidebar lists various services such as 'التسويق الرقمي' (Digital Marketing), 'التصميم الجرافيكي' (Graphic Design), and 'خدمات التسويق الإلكتروني' (E-commerce Marketing Services).

This screenshot shows the detailed view of a Google Ads campaign. The top section displays the campaign name '86.3%' and a progress bar. Below this, there are several tabs for 'إحصاءات' (Statistics), 'إظهار' (Show), and 'معاينة' (Preview). The 'معاينة' tab is active, showing a mobile device preview of an advertisement for 'www.digimarksa.com'. The ad text includes 'صمم هويتك مع خطط تسويقية ذكية - Digimark' and 'تصميم وتسويق إبداعي'. The right sidebar contains settings for 'رابط عنوان URL النهائي' (Final URL), 'عرض المسار' (Path), and 'العاونين' (Collaborators). The bottom section lists various services offered by Digimark, such as 'التسويق الرقمي' (Digital Marketing) and 'التصميم الجرافيكي' (Graphic Design).



حملة إعلانات قوقل - Google Ads

الميزانية

اختيار المتوسط الذي تريد إلقائه كل يوم

الميزانية	الميزانية
206.28 ر.س.	171.90 ر.س.
137.49 ر.س.	900.00 ر.س.

حسب متوسط ميزانيتك اليومية لهذه الحملة

حسب متوسط ميزانيتك اليومية لهذه الحملة

900.00 ر.س.

6,315
6,298.95

حملة جاهزة للنشر

الافتتاح

تعدك اعلاناتك المتجاوبة على شبكة البحث بزيادة القراءات على إعلاناتك من خلال تحسين العناوين والأوصاف.

10.7% عرض

نظرة عامة

اسم الحملة	نوع الحملة	العرض
Purchase 21 Jul	بحث	التبعية

حقوق الأسعار

حقوق الأسعار	حقوق الأسعار
الحصول على أكبر عدد ممكن من القراءات	حسب عرض أسعار متساوية للحملة الجدد والحاليين

إعدادات الحملة

الشبكات	البرامج الجغرافية	اللغات	الجمهور	الكلمات الرئيسية والإعلانات
شبكة بحث Google، وشركاء البحث، والشبكة الإعلانية	السعودية	English والعربية	ما من شرائح جمهور	الكلمات الرئيسية التي تستخدم المطابقة القريبة - إيداع التشديد: استخدم أوضاع مطابقة الكلمات الرئيسية

الكلمات الرئيسية	الإعلانات
16 كلمة رئيسية	إعلان واحد (1)

الميزانية
900.00 ر.س. في اليوم الواحد



تم بحمد الله

مشروع تخرج

الطالبة: بدور فيحان المطيري

دبلوم مشترك في التصميم المرئي والتسويق الرقمي، الدفعة 8

تاريخ التسليم: يناير / 2025

أكاديمية أنس للفنون

