

الخطة التسويقية الرقمية

ONE **»»** **WAY**
ONE DIRECTION. ZERO DELAYS



The company operates in the field of international shipping (sea, air, and land).

الهدف العام

01 • بناء هورة احترافية قوية لشركة شحن دولي موثوقة ذات امتداد عالمي.

02 • تحويل المنصات إلى قناة مباشرة لجذب طلبات عرض السعر والعملاء الجدد.

03 • تثبيت مكانة الشركة كشريك لوجستي استراتيجي وليس مجرد ناقل شحن.

الميزة التنافسية

01 • إبراز شبكة الوكلاء العالمية كقوة تشغيلية حقيقية تدعم سرعة التنفيذ والأمان.

02 • تقديم محتوى تعليمي مبسّط يشرح تعقيدات الشحن الدولي بطريقة احترافية وسهلة.

03 • عرض حلول فعّلية لمشكلات العملاء (تأخير – جمارك – اختلاف أسعار – اختيار نوع الشحن).

الأهداف المستقبلية

01 • ترسيخ اسم الشركة كشركة شحن دولي مقرها القاهرة وتعمل عبر شبكة وكلاء تغطي جميع دول العالم منذ 2015.

02 • بناء حضور رقمي يعكس قوة الانتشار العالمي والقدرة على إدارة الشحن البحري والجوي والبري بكفاءة عالية.

03 • خلق هورة ذهنية للشركة ك شريك لوجستي دولي موثوق للشركات والمستوردين حول العالم.

الجمهور المستهدف لحسابات التواصل الاجتماعي

الأفراد

يشمل الأشخاص الذين يشحنون متعلقات شخصية، شحن هدايا، شحن أثاث أو أغراض عند السفر أو الانتقال بين الدول.

التجار

يشمل تجار الجملة والتجزئة، مستوردي البضائع، وأصحاب المتاجر الإلكترونية الذين يعتمدون على شحن دوري ومنتظم.

الشركات والمؤسسات

يشمل المصانع، شركات الاستيراد والتصدير، الموردين، والمشاريع الصناعية التي تعتمد على شحن حاويات أو شحن تجاري كبير ومستمر.



ركائز المحتوى

أمثلة محتوى	الهدف	(Focus) التركيز
الفرق بين الشحن البحري والجوي	بناء ثقة وخبرة	التثقيف اللوجستي
الخريطة الدول التي نغطيها عملية	إثبات الاحتراف	إبراز القوة التشغيلية
ماذا تفعل عند تأخير شحنة؟	جذب العملاء الباحثين عن حل	حل المشكلات
سنوات الخبرة منذ 2015	تعزيز المصداقية	بناء الثقة

استراتيجية المحتوى -

الركيزة	الهدف	نوع المحتوى	أمثلة عملية
التعريف بالشركة والانتشار العالمي	بناء الثقة وترسيخ هوية الشركة كشريك لوجستي دولي	فيديو تعريفى - بوست مؤسسى - ريلز عن شبكة الوكلاء	خريطة توضح الدول التي نغطيها - "من القاهرة إلى العالم" - استعراض أنواع الشحن الثلاثة
التوعية اللوجستية	تثقيف السوق وإظهار الخبرة	محتوى تعليمي - انفوجرافيك - ريلز شرح سريع	الفرق بين الشحن البحري والجوي - متى تختار خطوات شحن - FCL أو LCL حاوية لأول مرة
إثبات المصداقية والاحترافية	تعزيز الثقة وتقليل تردد العميل	قصص نجاح - آراء عملاء - عرض عمليات فعلية	يوم - شهادة عميل - صور X شحنة وصلت خلال تحميل وتفريغ
التحفيز وبناء العلاقة	تشجيع التواصل والاستفسار	أسئلة تفاعلية - محتوى مشاكل مباشر - CTA - وطول	هل بتواجه تأخير في الشحن؟ - استشارة - مجانية للمستوردين الجدد - نهائى لتقليل تكلفة الشحن

خطة التنفيذ على المنصات

نوع المحتوى	كيفية التطبيق	الهدف	المنصة
فيديو تعريفى مؤسسى	فيديو 45-60 ثانية يعرض نبذة عن الشركة + الدول التي نخدمها + أنواع الشحن + لقطات عمليات فعلية	بناء الوعي العالمى وترسيخ الاسم	Instagram – LinkedIn – YouTube Shorts
محتوى تعليمى لوجستى	ريلز أو كاروسيل يشرح مفهوم محدد (الفرق بين الشحن البحري والجوي – خطوات الشحن الدولى) بأسلوب بسيط واحترافى	إثبات الخبرة وبناء الثقة	Instagram – LinkedIn
عرض عمليات حقيقية	صور أو فيديو من أرض الواقع (تحميل – تفريغ – حاويات – مستندات) مع شرح مختصر للعملية	تعزيز المصداقية	Instagram – Facebook – LinkedIn
محتوى تفاعلى (مشاكل وحلول)	بوست يطرح مشكلة شائعة في الشحن + حل تقدمه الشركة + دعوة للتواصل	تحفيز الاستفسارات	Instagram – Facebook

استراتيجية الإعلانات الممولة

المنطقة	آلية العمل	الهدف
فيسبوك	Lead Generation	جمع بيانات
إنستغرام	رسائل مباشرة	استفسارات سريعة
تيك توك	فيديو توعوي ممول	توسيع الوصول

مقاييس الأداء الرئيسية ونجاح الحملات

(KPIs) مقاييس الأداء الرئيسية

عدد الزيارات للموقع الإلكتروني من منصات التواصل الاجتماعي.
عدد الرسائل والاستفسارات عبر واتساب والمنصات المختلفة

(CPA) تكلفة الحصول على عميل جديد.
معدل التحويل من استفسار إلى تعاقد فعلي

مقاييس نجاح الأداء

استقرار أو انخفاض تكلفة الاكتساب مع تحسن جودة العملاء
ارتفاع نسبة التحويل من استفسار إلى تعاقد
زيادة نسبة العملاء الذين يعيدون الشحن مرة أخرى
تحسن واضح في التفاعل النوعي (رسائل حقيقية وليس مجرد إعجابات)

الإجراءات المفترض تنفيذها

ختبار أنواع محتوى مختلفة أسبوعيًا (تعليمي - حالات واقعية - مشاكل وحلول)
تحسين صفحة الخدمات بالموقع وتسهيل طلب عرض السعر
تفعيل رد سريع احترافي ومتابعة منظمة لكل استفسار

تحليل المنافسين

الشركة	نقاط القوة	نقاط الضعف	الفرص
DHL	شبكة عالمية واسعة - سرعة الشحن - سمعة قوية	تكلفة مرتفعة نسبيًا	استهداف الشركات الكبرى
FedEx	شحن سريع - تتبع متقدم للشحنات	أسعار عالية	خدمات الشحن السريع الدولي
Aramex	انتشار قوي في الشرق الأوسط - خدمات متنوعة	أحيانًا تأخير في بعض المناطق	التجارة الإلكترونية
Egypt Post	تغطية محلية واسعة - أسعار منخفضة	ضعف الشحن الدولي السريع	استهداف الأفراد والشحنات الصغيرة

نبذة عن استراتيجية النشر

تعتمد استراتيجية النشر على تقديم محتوى احترافي يركز على بناء الوعي بالعلامة التجارية لشركة الشحن، وإظهار الخبرة اللوجستية، وتبسيط مفاهيم الشحن الدولي، مع الحفاظ على هوية رقمية موحدة تعزز الثقة وتدعم التواصل مع الجمهور العالمي

جدول استراتيجية النشر

نوع المحتوى الذي يتم التركيز عليه	الهدف	المنصة
محتوى تعريفى بالشركة وانتشارها العالمي	بناء الوعي بالعلامة التجارية وترسيخ اسم الشركة	LinkedIn – Facebook – Instagram
تثقيف السوق وإظهار الخبرة	محتوى تعليمي – انفوجرافيك – ريلز شرح سريع	خطوات شحن – FCL أو LCL الفرق بين الشحن البحري والجوي – متى تختار طوية لأول مرة
تعزيز الثقة وتقليل تردد العميل	قصص نجاح – آراء عملاء – عرض عمليات فعلية	يوم – شهادة عميل – صور تحميل وتفريغ X شحنة وصلت خلال
تشجيع التواصل والاستفسار	مباشر CTA – أسئلة تفاعلية – محتوى مشاكل وطول	– هل تواجه تأخير في الشحن؟ – استشارة مجانية للمستوردين الجدد – نائح لتقليل تكلفة الشحن



NEBULIXONE

Thank You