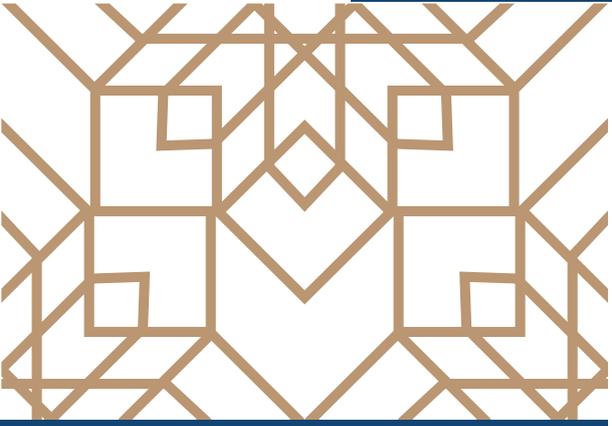


# كيفية بناء خطة شهر رمضان لحسابات مواقع التواصل الاجتماعي



# الهدف من التقرير



## اهلاً

نتمنى أن يساعدكم هذا الدليل على بناء خطة تسويقية متكاملة لشهر رمضان المبارك تساعدكم على تحقيق أهدافكم من جذب اهتمام جمهوركم المستهدف الى التفاعل معهم بواسطة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



## فريق عمل

DIGITALIGHT

# مدخل

شهر رمضان المبارك يعتبر من أكثر الأشهر التي يزيد فيها المحتوى التسويقي للشركات ويكثر فيه التنافس بينهم من حيث الأفكار الإبداعية وطرق التفاعل في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي من مسابقات رمضانية وغيرها

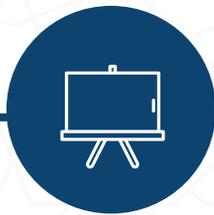
لكن في السنوات الماضية انتشرت بشكل كبير المسابقات الرمضانية في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي كنوع رئيسي من أنواع المحتوى لكسب التفاعل. وننسى أن هناك طرق أخرى لجذب جمهورنا المستهدف وكسب التفاعل عن طريق إبراز العلامة التجارية بالشكل الصحيح

عشان كذا وضعنا خطوات عملية لبناء خطة تسويقية لشهر رمضان المبارك لمواقع التواصل الاجتماعي بطريقة إبداعية ومبتكرة

## طيب كيف نبدأ ؟



اتبع خارطة العمل



سبورة إذا كنت  
تشتغل مع تيم



دفتر وقلم إذا كنت  
تشتغل لوحدهك



تحتاج كاسة شاي

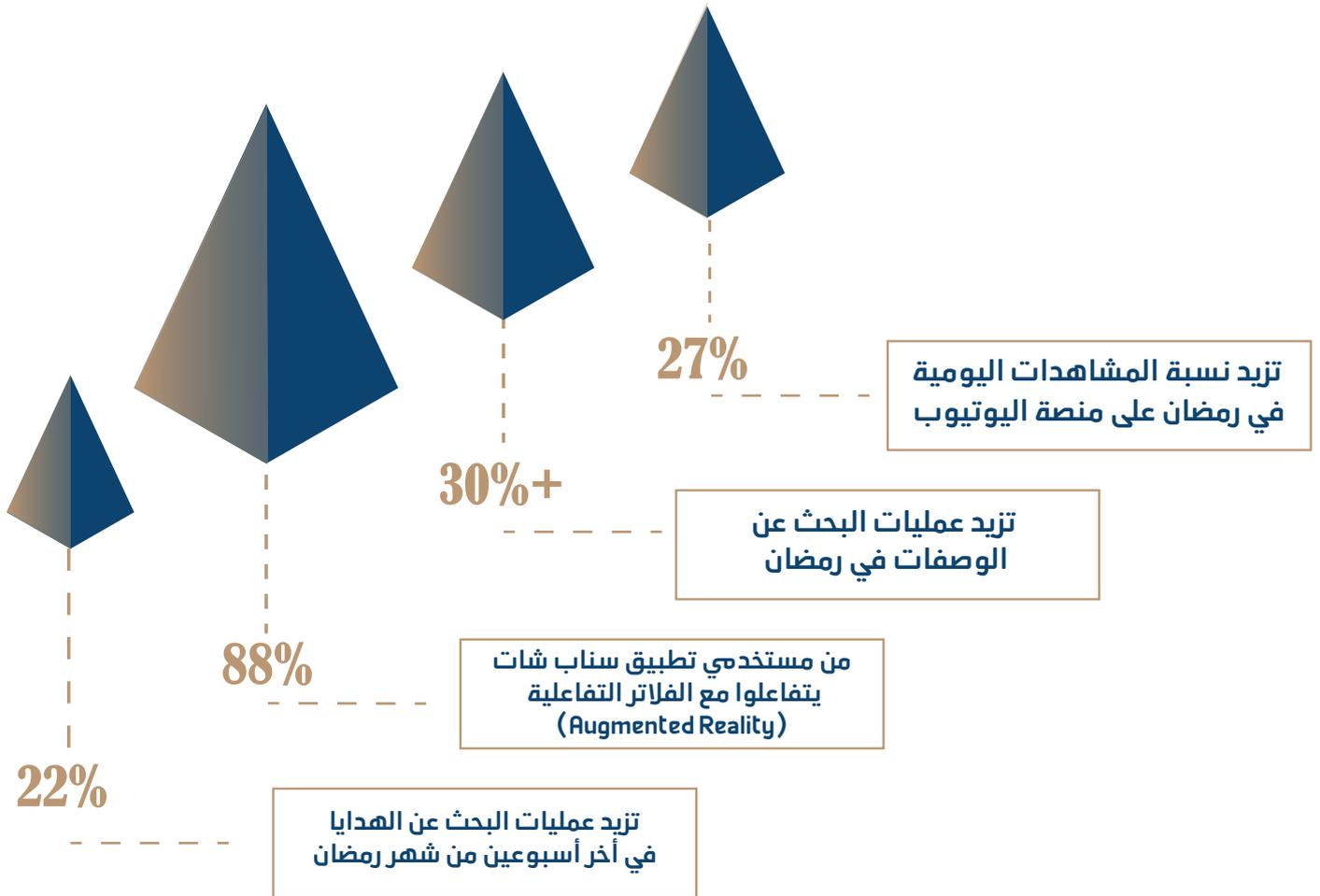
# 1 رمضان في مواقع التواصل الاجتماعي

في البداية يهمننا كثير إننا نعرف ايش الأشياء الي جالسة تصير في رمضان على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث :

- عن ماذا يبحث مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في رمضان ؟
- متى ينشط مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- علاقة البرامج التلفزيونية مع مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على التردد

## الإحصائيات و الأرقام

قبل الإجابة عن هذه الأسئلة توجد معلومات مهمة عن شهر رمضان قد تكون مفيدة عند بناء خطة حسابات مواقع التواصل الاجتماعي



ملاحظة: نظراً لخوارزميات تيك توك الدقيقة من المتوقع أن نرى ازدياد في عدد الإعلانات فيه من قبل الشركات كوسيلة للترفيه و زيادة للتفاعل



# عن ماذا يبحث مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي في رمضان ؟

حنتكلم عن أبرز أنواع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في رمضان ونبدأ بـ

## عشاق الطعام The Foodies



ينشط عشاق الطعام في شهر رمضان بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي في فترتين تعتبر في رمضان من الفترات الذهبية وهي فترة العصر وفترة بعد صلاة التراويح

## المتسوقين

The Gifters and Shoppers



من المعروف انه في شهر رمضان تزيد المبيعات الإلكترونية لدى العديد من الشركات في قطاع التجزئة نتيجة الاستعداد للعيد والاجتماعات الأسرية اذا كنت تعمل في مجال التجزئة عليك معرفة طرق جذب انتباه المتسوقين ومعرفة أوقات تفاعلهم في مواقع التواصل الاجتماعي لتتمكن من استهدافهم بالطريقة الصحيحة وزيادة مبيعاتك

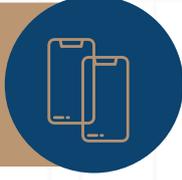
## إذا كنت تعمل في مجال FMCG أو المطاعم أحرص على:

- تقديم محتوى متنوع
- وصفات سهلة وسريعة
- صور ذات جودة عالية وجذابة للعين

## أحرص على:

- تقديم محتوى جذاب
- منشورات بجودة عالية
- كتابة إبداعية لشد الانتباه
- الإعلان بطريقة مبتكرة

## المتفاعلون The Contestants



يعد هذا النوع من أكثر الأنواع انتشاراً في شهر رمضان لكثرة المسابقات الرمضانية أو ما يعرف بـ الفوازير حيث تتنافس الشركات بعمل المسابقات لجذب أكبر عدد ممكن من المتابعين لكن هناك نقاط مهمة يجب أن تفكر بها:

- ماذا بعد المسابقة؟
- كيف أحول المتفاعل إلى عميل استفيد منه؟

## أحرص على:

- تقديم محتوى يلامس احتياج هذه الفئة
- ركز على إظهار علامتك التجارية لهم

## محبى المشاهدة Watchers

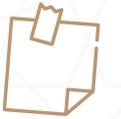


كما ذكرنا سابقاً تزداد نسب المشاهدات اليومية في شهر رمضان بشكل عام على جميع مواقع التواصل الاجتماعي هذه الفئة مهمة جداً لأنهم الأكثر بقاءً على مواقع التواصل الاجتماعي

## أحرص على:

- تقديم محتوى ممتع
- محتوى تفاعلي
- فيديوهات أكثر

ملاحظة: يوجد العديد من الفئات التي لم نذكرها لكن يجب عليك تحديد فئة جمهورك المستهدف وتحلل سلوكهم خلال شهر رمضان لتتمكن من تحقيق أهدافك التسويقية

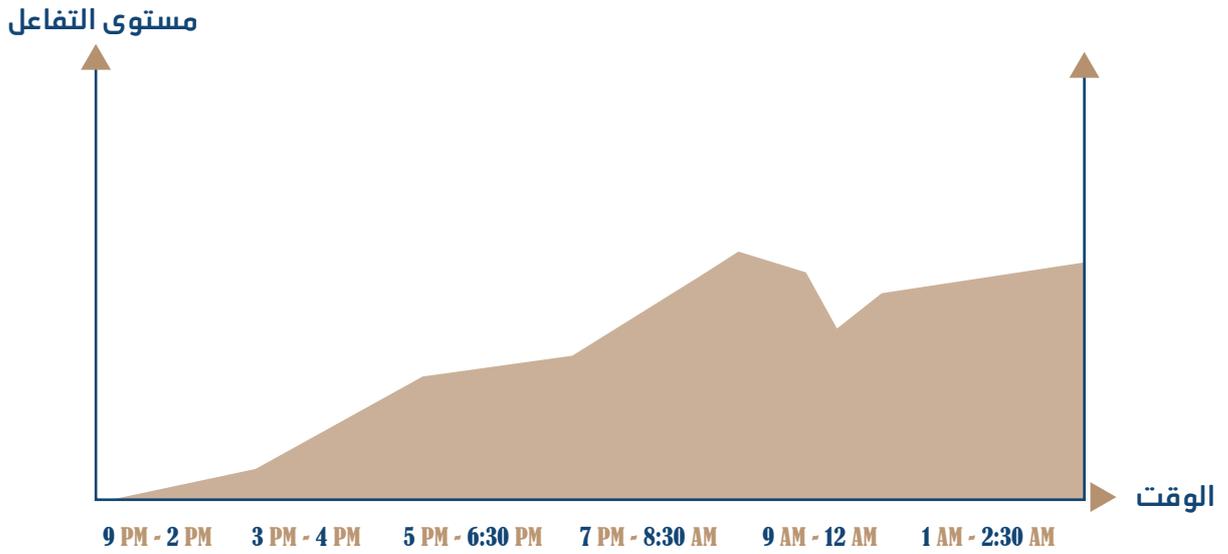


# عن ماذا يبحث مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي في رمضان ؟

من أهم أسباب النجاح في أي حملة إعلانية معرفة الأوقات المناسبة للنشر وكما يقال



في رمضان توجد فترات ذهبية للتفاعل يجب أن تكون على دراية بها عند وضع خطة نشر المحتوى في شهر رمضان



يوضح هذا الشكل مستوى التفاعل خلال شهر رمضان في مواقع التواصل الاجتماعي

## • الفترة الذهبية الأولى:

حيث يبدأ مستوى التفاعل بالارتفاع في الحسابات من الساعة 4:00 عصراً ويستمر الى 8:30 مساءً

## • الفترة الذهبية الثانية:

و أيضاً يبدأ مستوى التفاعل بالارتفاع مرة أخرى من الساعة 11:00 مساءً الى 2:00 صباحاً

# علاقة البرامج التلفزيونية مع مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الترنند

يعتبر شهر رمضان موسم للأعمال الرمضانية حيث تأثر هذه الأعمال على الترنند في مواقع التواصل الاجتماعي بحيث تصبح هذه الأعمال حديث المتابعين على مواقع التواصل

يمكنك الإستفادة من هذه الأعمال بطرق ذكية للإستفادة من تفاعل المتابعين عن طريق دمج محتواك مع هذا الترنند مثلا:



أسئلة للمتابعين عن أحداث ظهرت في البرامج



استخدام اقتباسات من مسلسل و دمج مع المحتوى



عمل مسابقة تكون إجابة السؤال موجودة في المسلسل

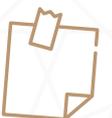


أسئلة للمتابعين "أفضل مسلسل تتابعوا"



التفاعل بهاشتاقات البرامج التلفزيونية

ملاحظة: يجب التأكد من أن العلامة التجارية تتناسب مع هذا النوع من أنواع المحتوى في حال أن هذا النوع لا يتناسب مع استراتيجية العلامة التجارية لا ينصح باستخدامه



## 2 كيفية بناء خطة شهر رمضان

بعد ما عرفنا ايش اللي يدور في مواقع التواصل الاجتماعي في شهر رمضان و حددنا صفات جمهورنا المستهدف و معرفة أهم الأوقات لنشر المحتوى نبدأ الآن بوضع خطة التفاعل خلال شهر رمضان من خلال هذا النموذج



**العيد**  
في أول أسبوعين للعيد تبدأ الاحتفالات و معظم الشركات تبدأ بنشر محتوى العيد

**آخر أسبوعين من رمضان**  
في آخر أسبوعين تبدأ معظم الشركات في إعداد محتوى العيد وبالنسبة لمتاجر الهدايا والحلويات تبدأ تركز على نشر محتوى استعدادات وهدايا العيد من آخر أسبوعين

**الأسبوعين الأولى من رمضان**  
تبدأ الشركات بنشر المحتوى الرمضاني وفي الأسبوعين الأولى من شهر رمضان يزداد الإقبال على الحلويات

**مرحلة الإعداد**  
تبدأ مرحلة الإعداد ونشر المحتوى التسويقي قبل أسبوعين من بداية شهر رمضان وبالنسبة لمتاجر الغذائية تبدأ بنشر العروض الرمضانية في حساباتها من بداية شهر شعبان

**ايش عليك تسوي؟**  
**محتواك يركز عادة على:**

- تهنئة العيد
- الغيوبة الجماعية
- محتوى تفاعلي عن العيديات
- مسابقات

**ايش عليك تسوي؟**  
**محتواك يركز عادة على:**

- زيادة نسبة العروض
- نشر منشورات توديع شهر رمضان
- نشر محتوى لاستعدادات العيد
- محتوى مسابقات ينشر في الغالب بعد صلاة التهجد

**ايش عليك تسوي؟**  
**محتواك يركز عادة على:**

- إظهار العلامة التجارية
- التفاعل مع الجمهور
- المسابقات الرمضانية
- **أحرص على:**
- التأكد من اوقات نشر المحتوى
- تتبع سلوك العملاء بشكل مستمر
- عمل النسخ الإختبارية بالنسبة للحملات المدفوعة A/B Testing

**ايش عليك تسوي؟**  
**خطط مع فريق عملك**

- فكرة تهنئة شهر رمضان
- تيم شهر رمضان
- أنواع المحتوى
- العروض (ان وجدت)
- مسابقات وفوايزر

# 3 خارطة العمل

أعدنا لك هذه الخارطة كدليل لك لرسم خطة شهر رمضان على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مبسط وسريع

.....

.....

.....

حدد أهدافك التسويقية

01

.....

.....

.....

حدد صفات جمهورك المستهدف

02

.....

.....

.....

ايش القنوات الي حتستخدمها

03

.....

.....

.....

حدد التردد الدارج في رمضان

04

.....

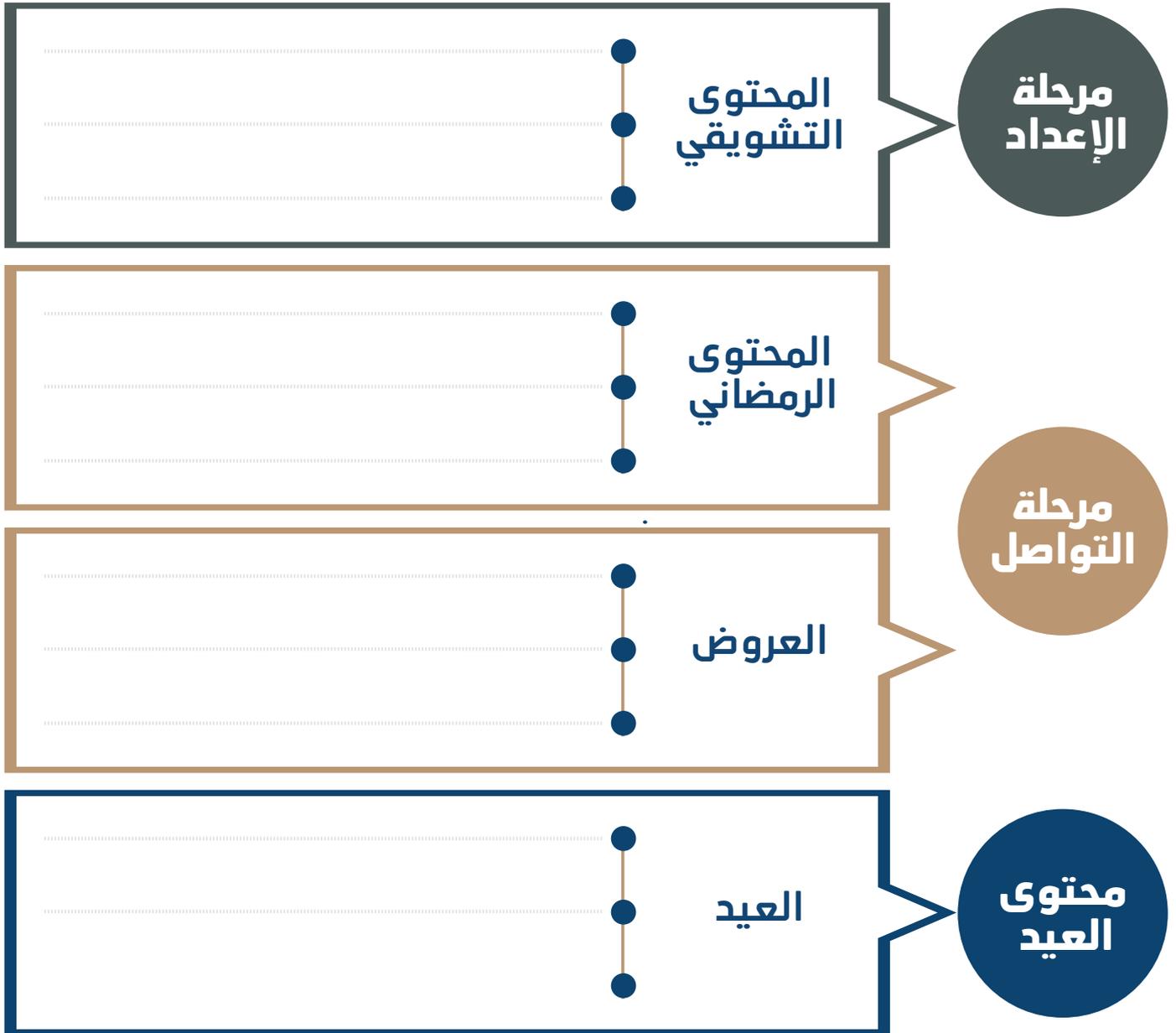
.....

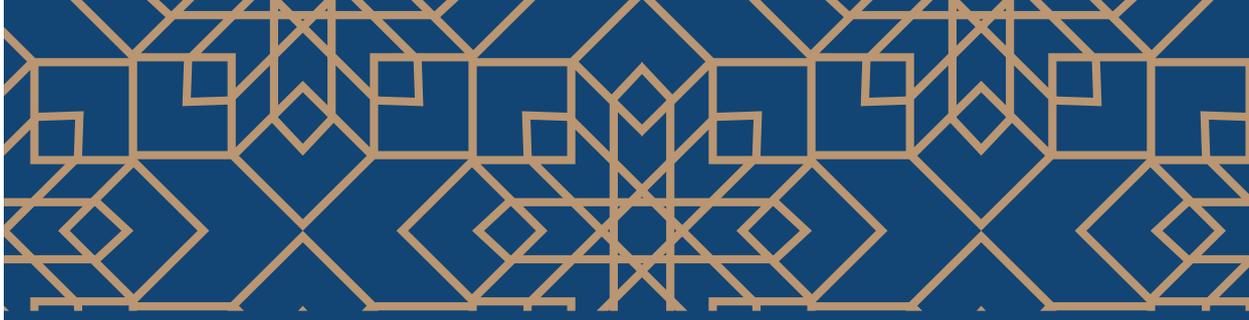
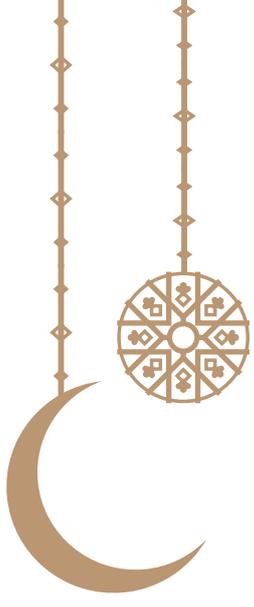
.....

كيف تقدر تستخدم التردد بما يتناسب مع علامتك التجارية

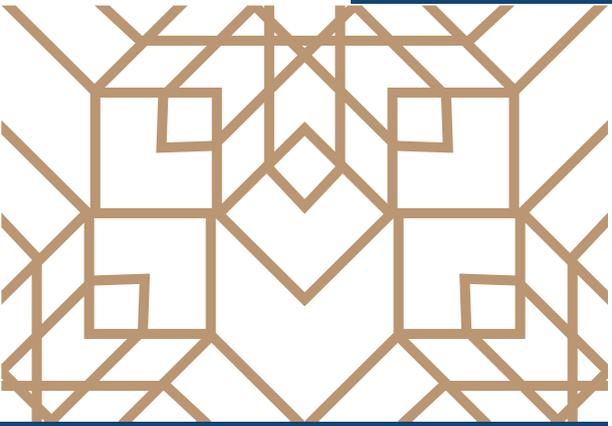
05

● بعد انتهائك من تحديد الأهداف التسويقية واختيار القنوات الرئيسية ومعرفة الجمهور المستهدف نحدد خطة المحتوى





# فريق عمل التقرير



**براء بخاري – الرئيس التنفيذي و مؤسس DigitalLight**  
متخصص في مجال التسويق الرقمي ومعتمد من عدة جهات  
عالمية في مجال التسويق الرقمي عمل على مشاريع لأكبر  
الشركات المحلية في السعودية



**روان مير – المدير الفني**  
متخصصة في مجال التصميم الإبداعي، وخبيرة في تصميم الهويات  
والحملات الإعلانية، حاصلة على درجة البكالوريوس في التصميم  
الجرافيك من كلية جدة العالمية



**ليان باحداد – مسؤول التسويق الرقمي**  
مسؤولة عن إعداد المحتوى والأفكار الإبداعية، حاصلة على درجة  
البكالوريوس من جامعة الملك عبدالعزيز مهتمة في التسويق وريادة  
الأعمال في مجال الأزياء



**بندر الهوساوي – مسؤول تطوير الأعمال**  
مختص في التطوير الإداري حاصل على درجة البكالوريوس من جامعة  
الملك عبدالعزيز مهتم في ريادة الأعمال ومؤسس شركة في مجال  
الترفيه



**ريم الفريح – متدرب**  
متخرجة من جامعة دار الحكمة حاصلة على درجة البكالوريوس في  
التصميم الجرافيكي و الرسومات المتحركة



# المراجع

- Think with google
- Snap For Business
- Tiktok Business
- Social Bakers



## عن DigitalLight



نحن شركة متخصصة في التسويق الرقمي والتواصل الإبداعي نعمل على تطوير  
تواجدك الرقمي من خلال تحسين تواصلك مع عملائك عن طريق خدماتنا الإبداعية

### خدماتنا

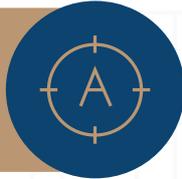
إدارة حسابات  
التواصل الاجتماعي



التحول الرقمي



بناء الوسم



التحليل الرقمي



للتواصل:



+966554576626 / +966570092225



Info@digitalight.net

