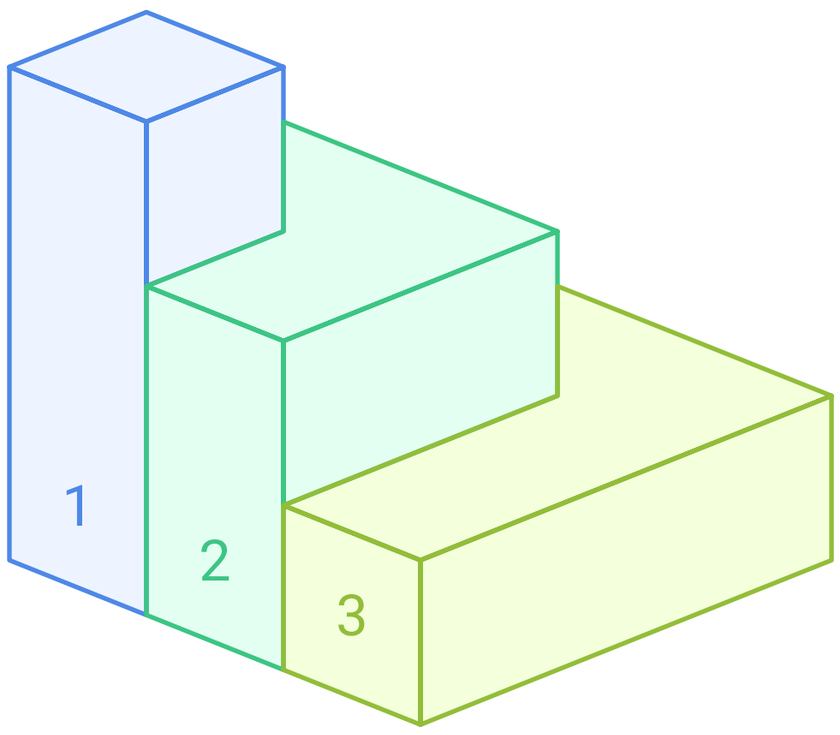
الخطة التسويقية لمعمل الآمال للتحاليل الطبية

لى.
مة.
رية.

تحقيق أهداف النمو في المختبر



تطوير المختبر

إضافة أجهزة جديدة لتعزيز القدرات التحليلية.

زيادة العملاء

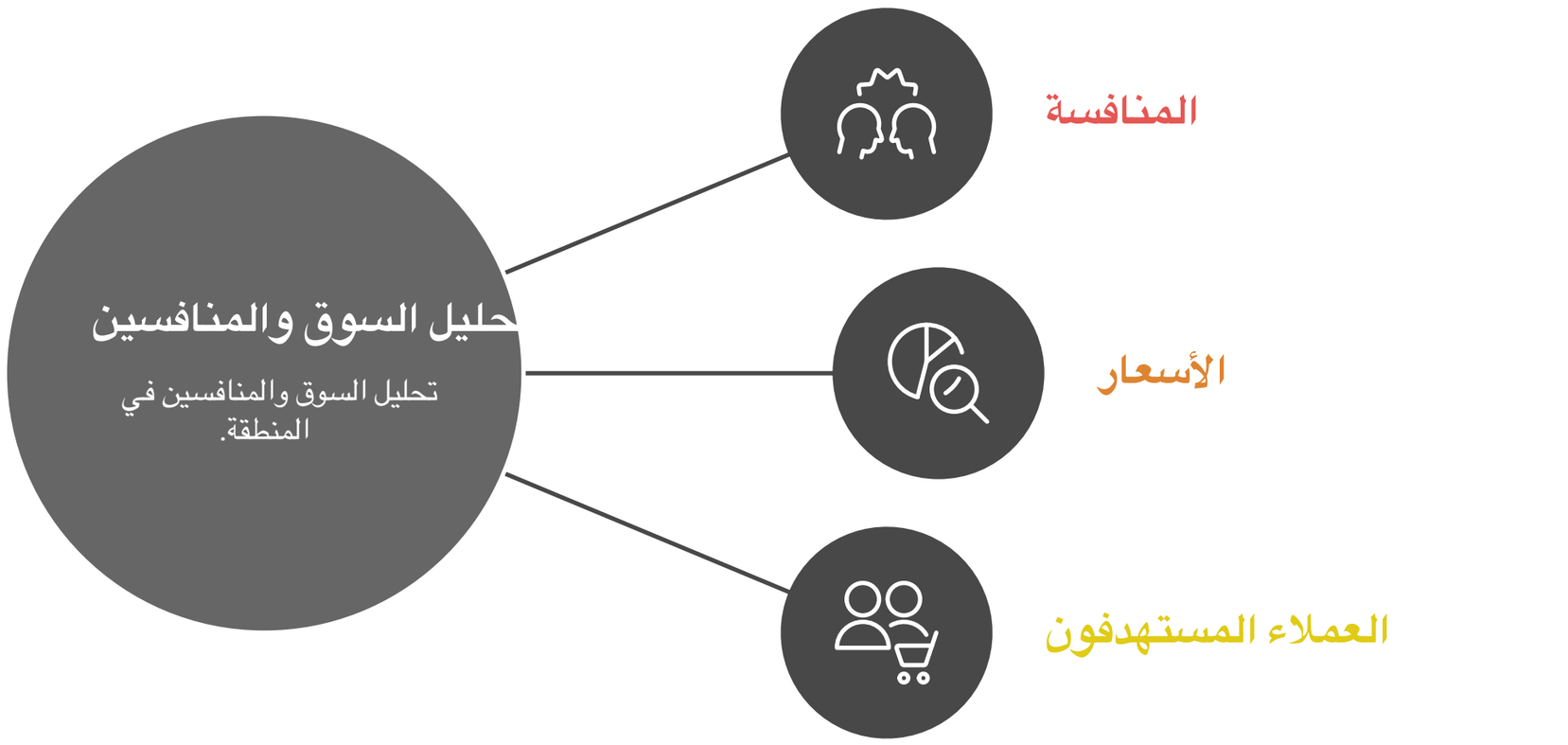
جذب المزيد من العملاء من خلال تحسين جودة الخدمة.

تحقيق النمو

تحقيق أهداف النمو في غضون ستة أشهر.

Made with Napkin

كشف ديناميكيات السوق في المنطقة



Made with Napkin

٢. تحليل السوق و المنافسين

المنافسة موجودة في المنطقة، والأسعار عامل مؤثر.

و العملاء المسستهدفين يبحثون عن معامل تقدم خدمة عالية الجودة و اسعار مناسبة

تحليل البيئة التسويقية

تقديم خدمات منزلية

يمكن استغلال القوة في تقديم خدمات منزلية مبتكرة.

زيادة الوعي الصحي

يمكن تعزيز الوعي الصحي للتغلب على الضعف التسويقي.

أجهزة متطورة

الأجهزة المتطورة تساعد في مواجهة التهديدات التكنولوجية.

منافسة قوية

المنافسة القوية تهدد الضعف التسويقي.

Made with Napkin

نقاط القوة:

* وجود أجهزة جديدة ومتطورة
* جودة الخدمة وثقة العملاء
* خبرة سابقة في السوق

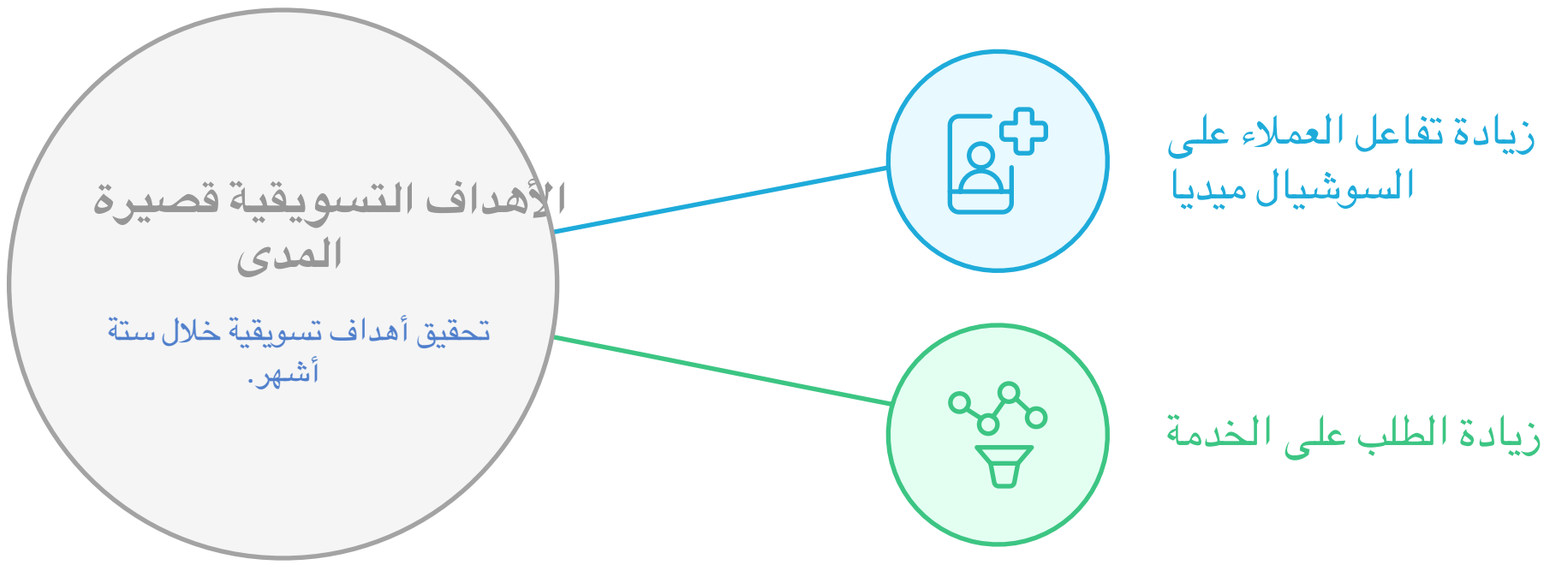
نقاط الضعف:

* تسويق رقمي محدود
* ميزانية تسويق محدودة

الفرص:

* زيادة الوعي الصحي
* إمكانية تقديم خدمات منزلية أو نتائج رقمية

كشف الأهداف التسويقية قصيرة المدى



Made with Napkin

ما هي القنوات التسويقية التي يجب استخدامها للوصول إلى السوق المستهدف؟

شراكات

التعاون مع العيادات والصيدليات القريبة لتوسيع الوصول

تيك توك

إنشاء محتوى فيديو قصير جذاب للتوعية

جوجل ماي بزنس

تحسين الرؤية المحلية وجذب عملاء جدد

فيسبوك وإنستغرام

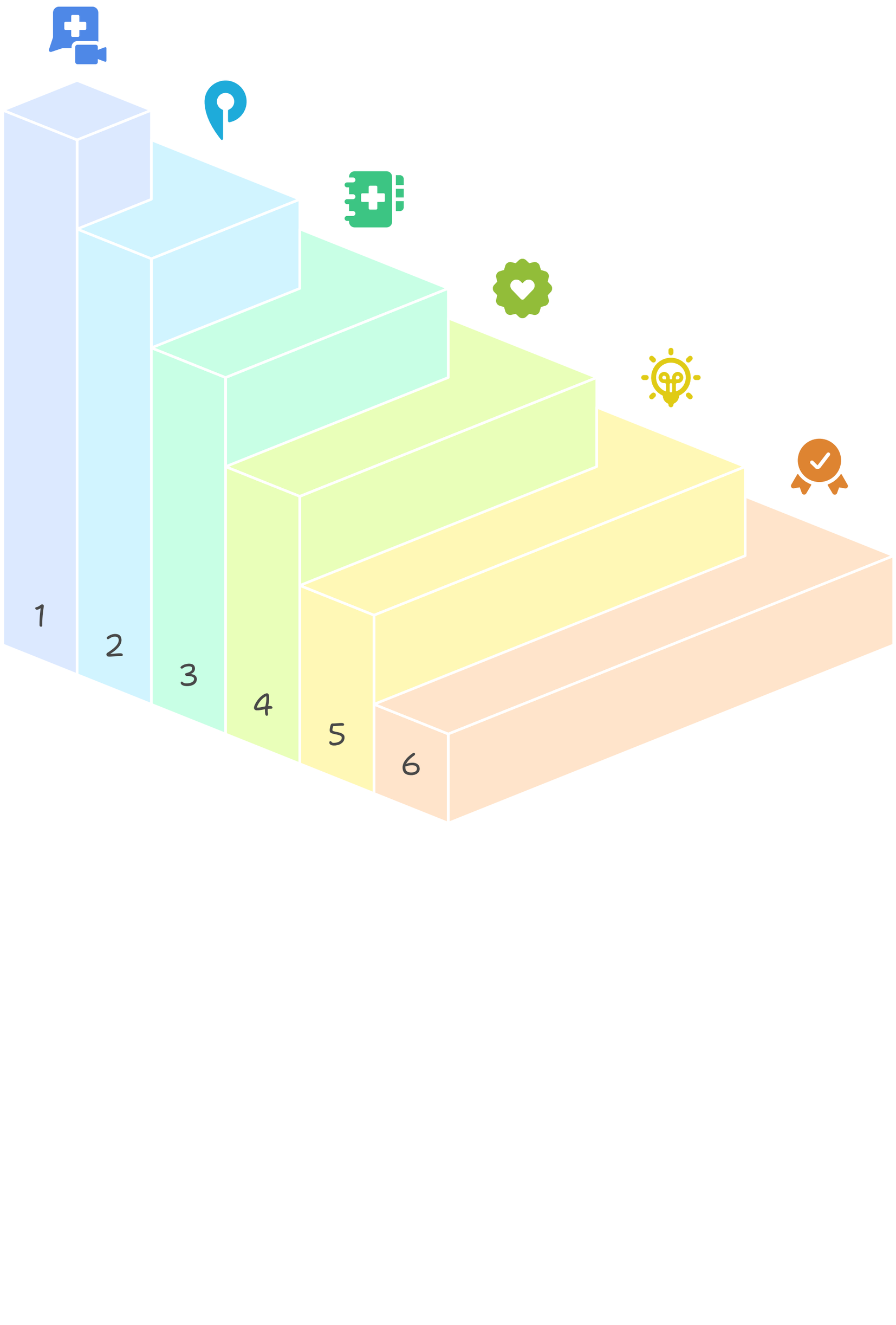
الوصول إلى جمهور أوسع من خلال المحتوى التعليمي والإعلانات

واتساب

التفاعل المباشر مع العملاء الحاليين من خلال استطلاعات الرأي والعروض

Made with Napkin

رحلة التسويق الاستراتيجية



إطلاق الفيديو

إطلاق فيديو تعريفي وإجراء تصويت على العروض في مجموعة WhatsApp.

الحملة الإعلانية

تفعيل الحملة الإعلانية الممولة على فيسبوك وإنستغرام.

منشورات توعية

نشر منشورات توعية حول أهمية الفحوصات الدورية.

تجارب العملاء

نشر تجارب العملاء وتحليل نتائج المرحلة الأولى.

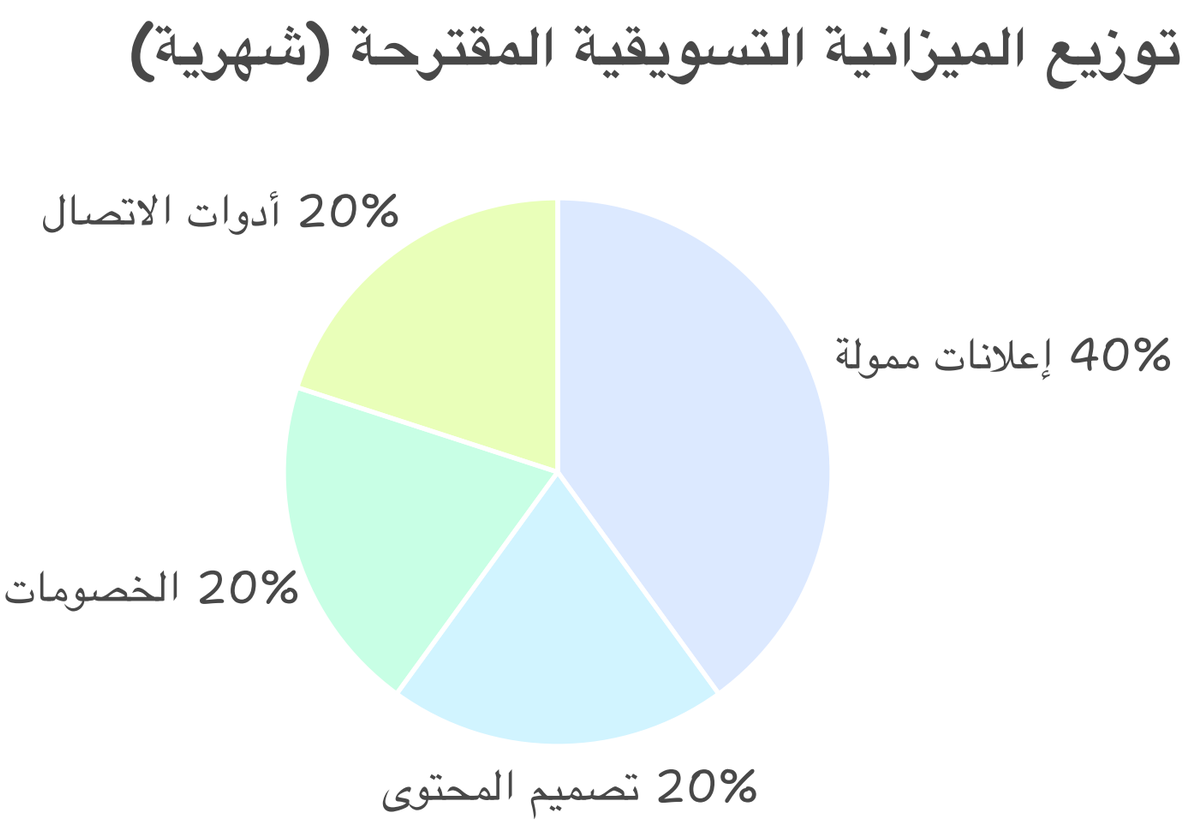
الفيديو التعليمي

نشر فيديو تعليمي وإجراء مسابقة على WhatsApp.

مراجعة الأداء

تقديم عرض حصري ومراجعة الأداء النهائي.

Made with Napkin



٦. ��المزيج التسويقي

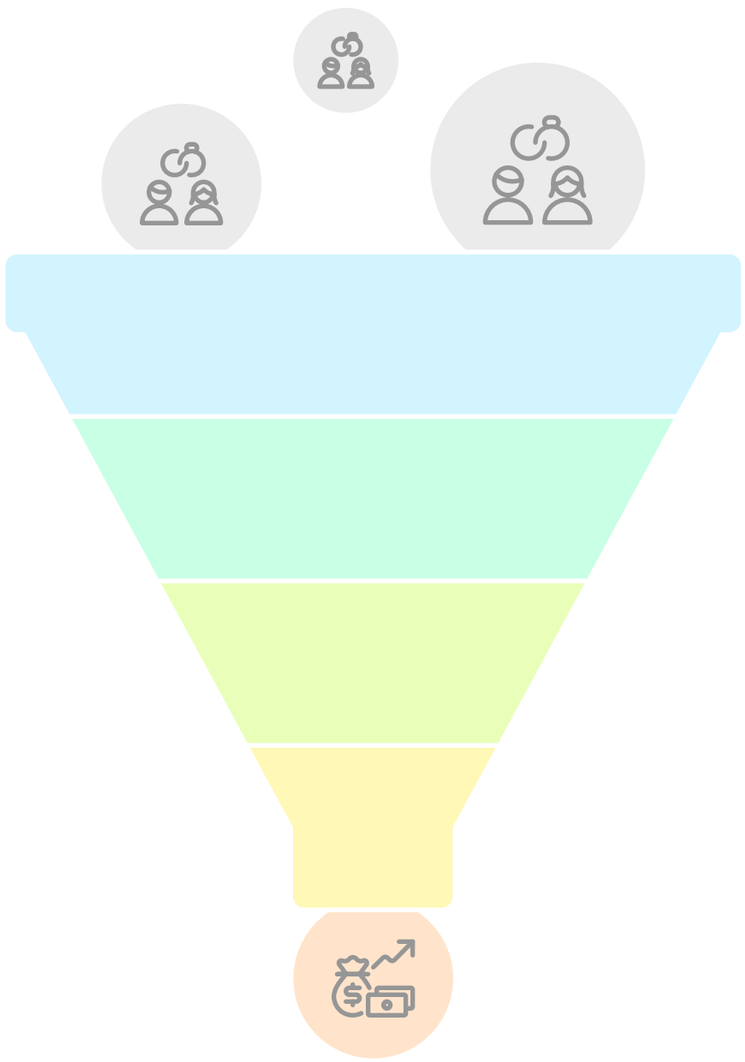
العنصر	التوصيف
المنتج	خدمات تحليل دقيقة، أجهزة حديثة، تقارير مفصلة، تسليم إلكتروني للنتائج
السعر	تسعير تنافسي مع عروض دورية (باقة فحوصات، خصومات)
المكان	المعمل في موقع مناسب +إمكانية إرسال النتائج رقميًا أو تقديم خدمة منزلية
الترويج	محتوى رقمي توعوي +تصويتات تفاعلية +إعلانات ممولة +عروض إحالة

٧. الخطة التنفيذية

روهش 6 يذيفنتلا يمزلا لودجلا

الأسبوع	النشاط
1-2	نشر فيديو تعريفي +إطلاق التصويت على العروض في جروب الواتساب

تحويل التفاعل إلى زيارات فعلية



التفاعل على الواتساب

العملاء يتفاعلون على منصة الواتساب

المشاركة في التصويت

العملاء يشاركون في استطلاعات الرأي أو التصويت

زيادة التحاليل

زيادة في عدد التحاليل الطبية

التحويل إلى الزيارات

العملاء يتحولون إلى زيارات فعلية

Made with Napkin

كيف يمكن تحسين استراتيجية التسويق؟

تقييم النتائج

يضمن أن الاستراتيجيات فعالة وتتوافق مع الأهداف.

استخدام أجهزة جديدة

يعزز جودة الخدمة والدقة.

بناء ولاء العملاء

يقوي العلاقات من خلال التفاعل والشفافية.

تنويع القنوات الرقمية

يوسع الوصول إلى جمهور أوسع.

تحديث الخطط

يحافظ على الاستراتيجيات ذات صلة ومستجيبة لظروف السوق.

Made with Napkin

٩. القياس و التقييم

مؤشرات الأداء الرئيسية

*عدد العملاء الجدد شهريًا
*عدد التفاعلات على جروب الواتساب
*نسبة المشاركة في التصويت
*نسبة التحويل من التفاعل إلى زيارات فعلية
*زيادة عدد التحاليل شهريًا
*العائد على الاستثمار التسويقي

قطخلا لديعتو ءادألا ةعجارم ةيلآ

*مراجعة أسبوعية لعدد التحاليل والمبيعات
*تقييم تفاعل العملاء مع الحملة
*تعديل الرسائل الإعلانية أو العروض حسب الاستجابة
*استخدام جوجل شيت أو سي ار ام بسيط لتسجيل البيانات وتحليلها

---

١٠. ☑ الخاتمة والتوصيات

*تقييم النتائج

*الاستفادة من الأجهزة الجديدة لتأكيد جودة ودقة الخدمة

*بناء ولاء العملاء عبر التفاعل والشفافية

*تنويع القنوات الرقمية للحصول على وصول أوسع

*التحديث المستمر للخطط والعروض حسب أداء السوق