Marketing Strategy

ما نبيعك خدمة .. نعيشك تجربة

VOXERA

OVERVIEW

المحتوى

نجحت Voxera في استعراض نتائج مبهرة لأعمالها بالذكاء الاصطناعي، لكنها لم تنجح بعد في الترويج الفعلي للخدمات أو الدورات التدريبية؛ حيث غاب المرور بالقمع التسويقي الطبيعي (Marketing Funnel) الذي يحوّل المشاهد إلى عميل.

OVERVIEW

المحتوى

تفتقر أفكار المحتوى المطروحة إلى الترابط ، وتبدو مشتتة أو غير متسلسلة لخدمة أهداف البراند الواضحة.

حساب التيك توك

على الرغم من تحقيق مقاطع الريلز لمشاهدات عالية، إلا أن الزائر عند دخوله لحساب تيك توك لا يرى Voxera كـ "شركة تسويق متكاملة"، بل ينصبّ تركيزه بالكامل على تصفح الفيديوهات كـ مقاطع ترفيهية/بصرية منفصلة عن هوية البراند.

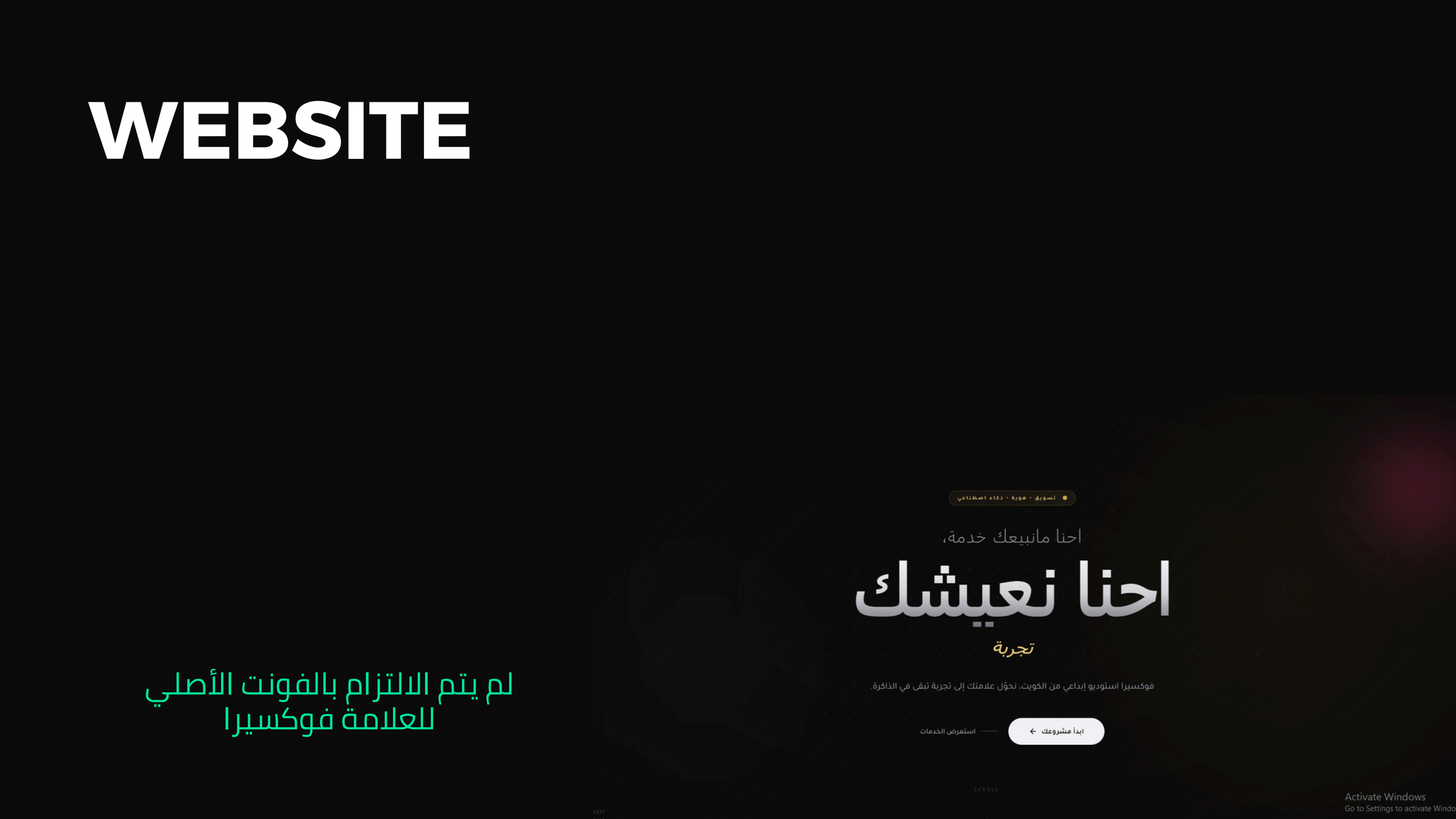
إعادة هيكلة رحلة المستخدم

بناء القمع التسويقي عبر 3 مراحل متكاملة:

1. مرحلة الوعي (TOFU): تحويل مشاهدات التيك توك والانستقرام (الريلز الترفيهية الحالية إلى محتوى تعليمي) يستعرض نتائج "قبل وبعد التوليد"
2. مرحلة الاهتمام (MOFU): قيادة الزوار مباشرة من بايو المنصات للإشتراك أو لتحميل "الكتاب الإلكتروني للبرومبتس" للحصول على بياناتهم (الاسم, البريد, الواتساب).
3. مرحلة القرار (BOFU): إرسال حملات مخصصة عبر بيانات الواتساب والبريد الإلكتروني المسحوبة من الكتاب لعرض "خصم مبكر" على ورش العمل والدورات.

WEBSITE

لم يتم الالتزام بالفونت الأصلي
للعلامة فوكسيرا



Activate Windows
Go to Settings to activate Windo

WEBSITE

لا تظهر البيانات بشكل واضح عبر
الجزء الظاهر أمامكم



WEBSITE

محتوى الموقع الالكتروني

خصوصاً فيما يخص شرح الباقات يتطلب اعادة صياغة ليصبح مختصر ومحدد بشكل أوضح.



تحليل الحضور الرقمي لأبرز المنافسين

تحليل لأبرز الوكالات الإبداعية المتواجدة وتحديد نقاط التميز والفرص المتاحة

A2M

VOXERA

A2M

إحدى الشركات الكويتية التي تتصدر المنافسة في السوق الكويتي وتتصدر نتائج محركات البحث بفكر يعكس الثقة
تعتمد الشركة على عرض سابقة اعمالها بشكل مباشر بسيط حيث ان كل مشروع يتم عرضه من خلال ثلاث منشورات

استراتيجية المحتوى المتبع

- بنسبة لا تقل عن ٨٠% المحتوى الخاص بالريلز يتم انتاجه بالذكاء الاصطناعي CLICK
- محتوى بسيط من EGC Content مصور داخل مقر الشركة مع ثلاث من الموظفين, افكاره مكررة سابقاً ولكن الفريق يقوم بإخراجها بشكل جيد
- تغطية خدمة جلسات تصوير الفيديو لم تحظى بالقدر الكافي من الظهور وهي نقطة ضعف قوية.
- التركيز الحالي على عرض خدمة صناعة الريلز باستخدام الذكاء الاصطناعي وتعديل الصور.

A2M

خدمة المستشار التسويقي CLICK

عرض خدمة المستشار التسويقي تم طرحها بشكل مناسب مع هوك جذاب بالبداية
كما تميزوا بإبراز الخدمة كخدمة محايدة ولا تؤثر على قرار العميل من خلال تقارير صريحة شفاف وهي خدمة تقدم منفصلة لأصحاب المشاريع حتى لو لم يتم التعاقد مع الشركة

- **اعتمدوا على:**

- نشر سابقة أعمالهم لتصميمات العملاء مع كابشن بسيط لا يحتوي على cta.
- ركزت الشركة على الاعياد الوطنية وهو جانب هام في تموضع الشركة أمام الجمهور الكويتي وكسب ثقتهم
- تناولت الوكالة الابداعية موضوعات إنسانية تتعلق بالقضية الفلسطينية والأزمات التي تمر بها دول أخرى بالمنطقة, تعد لفتة ذكية وجريئة من صانعي الأعمال الفنية أن يقوموا بتسليط الضوء على هذا النوع من المحتوى.

ما نبيعك خدمة .. نعيشك تجربة

A2M

الموقع الالكتروني

- تصميم سلس سهل الوصول لكل قسم من الأقسام.
- طرح بسيط و واضح للخدمات وسابقة الأعمال بشكل خفيف مختصر.
- وضع وسائل التواصل بشكل يسهل التواصل معهم.
- لا يحمل الموقع تطبيقات كافية للهوية البصرية الخاصة بالشركة, نرى ان الزائر لن يقوم بتذكر أي علامة مميزة بالموقع وهي تعد نقطة ضعف في إبراز هويتهم.

https://www.a2mkw.com

محتوى التيك توك

- جزء من المحتوى مشترك مع مقاطع الريلز المنشورة عبر انستقرام
- تخصيص محتوى يناسب طبيعة جمهور التيك توك ولكن لم يحقق تفاعل قوى.

CLICK CLICK

VOXERA

كويت فاست

VOXERA

كويت فاست

عن كويت فاست

ع تعد من اولى شركات التسويق بالكويت لكن تطورها توقف منذ سنوات ونتج عنه ان الشركة لم تواكب متغيرات السوق



- **التصميم**

مستوى وفكر التصميم الذي تتبناه الشركة يجعلها من ابرز الشركات التي لا تتقدم المنافسة في العصر الجديد من صناعة الميديا

- **الموقع الالكتروني**

لا يعد تصميم الموقع الالكتروني دليلاً على جودة ما تقدمه كويت فاست للجيل الجديد من الشباب رواد الاعمال.

CLICK

VOXERA

ما نبيعك خدمة .. نعيشك تجربة

كويت فاست

المحتوى CLICK

- محتوى EGC غير موفق من حيث اسلوب التصوير و محدودية الامكانيات بجانب مونتاج ضعيف للغاية يضر بسمعة الشركة الطويلة
- لم يتم نشر سابقة أعمال على صفحاتهم

الحضور الرقمي

تغيب الشركة عن منصات بارزة مثل تيك توك ويقتصر حضورهم على منصة اكس - انستجرام - فيسبوك

Wait Bazz

Wait Bazz

شركة تقدم خدمات التسويق والبرمجة منذ ٢٠١١ لها فرع بالكويت وفرع آخر بمدينة المنصورة بمصر.

استراتيجية المحتوى المتبع

- اعتمدت الشركة على نشر سابقة اعمالها من متاجر الكترونية وتصميم هويات بصرية.
- جودة التصميمات المنشورة على حسابهم تعد جيدة مقارنة بمتطلبات السوق الحالية ولكن ليس لها فكر منفرد .
- اللغة المتبعة في استراتيجيتهم للمحتوى هي اللغة الانجليزية.

Wait Bazz



جودة التصميم والذائقة الفنية

- جودة التصميمات المنشورة على حسابهم تعد جيدة مقارنة بمتطلبات السوق الحالية ولكن ليس لها فكر منفرد .

VOXERA

ما نبيعك خدمة .. نعيشك تجربة

Wait Bazz

الحضور الرقمي والتفاعل

- معدل التفاعل ضعيف للغاية مقارنة بعدد متابعين انستقرام الذي يقدر ب 3k ومتابعين فيسبوك 4k.
- نشاطهم متوقف منذ خمس اعوام علي منصة x.

الموقع الالكتروني

- موقعهم الالكتروني بطئ في التحميل.
- تصميمه بسيط ويسهل الوصول لكل قسم.
لكن الموقع لا يحمل لمسة بصرية خاصة من هويتهم البصرية.

CLICK

VOXERA

Markly

ما نبيعك خدمة .. نعيشك تجربة

Markly

شركة كويتية تقدم اعمال التصميم وخدمات التسويق المختلفة منذ 2022

استراتيجية المحتوى

- محتوى ممتع متنوع يركز على عرض النتائج
- قاموا بمبادرة تتمثل في اختيار ١٠٠ مشروع كويتي و جمع كافة النصائح في ملف pdf لجعله دليل متكامل في التسويق من ماركلي لجميع اصحاب المشاريع

CLICK

الموقع الالكتروني

تصميم الموقع الالكتروني ممل، كما ان بعض المستخدمين قد يجدوا صعوبة في الوصول للأقسام المطلوبة

CLICK

VOXERA

Markly

سياستهم في اثبات الكفاءة

- اسلوبهم في عرض ردود افعال عملائهم ممتاز حيث تم توثيقها بمقاطع صوتية من عملائهم لعكس المصداقية, ولكن إخراجهم الفني لمقاطع الريل مزدحمة قد تسبب تشتت بصري

CLICK

محتوى CGI

- تقدم ماركلي خدمة تصميم فيديو CGI وهو مجال كان مطلوباً بين البراندات العالمية لإنتاج مقاطع الفيديو الخاصة بهم

CLICK

SWOT ANALYSIS

SWOT ANALYSIS

نقاط القوة (Strengths)

- تقدم الشركة خدمات حديثة مطلوبة بشكل كبير كصناعة المحتوى بواسطة الذكاء الاصطناعي
- مؤسس الشركة مدرب معتمد بالمجال مما يجعل الشركة محط ثقة لارتباطها بخبرة المدرب

نقاط الضعف (Weaknesses)

- الاعتماد المفرط على الذكاء الاصطناعي يضر بالصورة الذهنية للعلامات التجارية
- ارتفاع تكلفة جلسات التصوير الواقعية مقارنة بالنتائج المولدة بالذكاء الاصطناعي
- عدم وجود حافظة اعمال سابقة

الفرص (Opportunities)

- تصدر السوق الكويتي في مجال التسويق بعد الموازنة بين الابداع البشري وجودة خدمات التسويق الالكتروني وبين نتائج الذكاء الاصطناعي المنشورة بالحساب
- ان يتحول حساب عبدالله اسماعيل لحساب شخصية كويتية عامة ذو موثوقية عالية

التهديدات (Threats)

- تأثير الظروف الاقتصادية على كافة القطاعات
- المنافسة القوية بين الشركات الكويتية
- وجود ظاهرة جديدة لفرق تقدم خدمات التسويق بأسعار مخفضة

Content Strategy

SELECTED CHANNELS



15 منشور



8 فيديو









OBJECTIVES

1

بناء اسم لشركة فوكسيرا في سوق عالي المنافسة

KPI : حجم الوصول والمشاهدات (Reach & Impressions)

2

تسجيل ١٠ متدربين في كورس اعداد المحتوى بالذكاء الاصطناعي خلال الشهر الأول

KPI : عدد الاشتراكات المكتملة

3

بناء اسم لشركة فوكسيرا في سوق عالي المنافسة

KPI : معدل المشاركة والحفظ للمنشورات

Voxera Our USP

دمج الكفاءة الفائقة للذكاء الاصطناعي مع اللمسة
الإبداعية لمدرب معتمد لضمان عدم فقدان شخصية وصورة
البراند وهي نقطة الخوف الأساسية لدى أصحاب المشاريع.

PERSONAL BRANDING

استغلال ظهور المدرب عبدالله اسماعيل وتفاعله على حسابه الشخصي لدعم فوكسيرا

- من خلال عدد من الحلقات يعرف فيها اسباب دخوله لعالم ال AI من خلال STORY TELLING جذاب وانسيابي وختام كل حلقة بسر يقوم بالكشف عنه في الحلقة القادمة AS A TEASER.
- محتوى مصور يجمع ما بين التصوير الحقيقي والمقاطع المولدة بواسطة الذكاء الاصطناعي على ان تكون المقاطع متقاربة في الجودة لتجعل الجمهور في حيرة بين المقاطع الحقيقية والمولدة بالذكاء الاصطناعي لتكون دليلاً على جودة ما يقدمه في دوراته.



VOXERA

PERSONAL BRANDING

تصميم منتج الكتروني عبارة عن كتاب الكتروني ذكي يحوي اهم البرومبتس للراغبين في انتاج محتوى بصري مولد بالذكاء الاصطناعي لكل مجال

يستهدف المنتج الطلاب والموظفين المهتمين بصناعة المحتوى البصري داخل الكويت وخارجها, على أن يتم إعداده وإطلاقه وفق استراتيجية تسويقية مدروسة بعناية في المرحلة القادمة
حيث تهدف هذه الرحلة للتنبؤ بنسب الإقبال وقياس مدى الجاهزية للتسجيل في الدورات التدريبية المدفوعة عبر تحليل أرقام المؤشرات الأولية للمشتركين بالمنصة. مما يتيح للفريق رصد النطاق الجغرافي الأكثر تفاعلاً بدقة, وتحديد الفئة الأكثر احتياجاً لتخصيص محتوى الحقائب التدريبية القادمة بما يضمن نجاح الاستهداف.

مع تزويد الكتاب بأزرار تفاعلية تنقل القارئ مباشرة إلى أدوات التوليد مع البرومبت جاهزاً للتطبيق.

VOXERA

TARGET PERSONA FOR AI COURSE

VOXERA

TARGET PERSONA FOR AI COURSE



الاسم: فهد
الجنسية: كويتي
العمر: 32 سنة
الجنس: ذكر

المكان السكن: الكويت
الحالة الاجتماعية: متزوج
الوظيفة: صاحب مشروع خدمي
الدخل: مرتفع

الاحتياج الأساسي:

- إدارة محتوى منصات التواصل الخاصة بمشروعه بجودة واحترافية عالية لتعزيز هوية البراند.

القنوات:

- LinkedIn
- Instagram
- WhatsApp

العوائق (Pain Points):

- ضيق الوقت الشديد
- تكلفة الوكالات الإعلانية
- الخوف من فقدان السيطرة على "شخصية البراند" الظاهرة للجمهور.

الاهتمامات والهوايات:

- استثمار.
- تطوير الأعمال.
- التكنولوجيا الحديثة.

الدافع للشراء:

- تقليل التكاليف التشغيلية كبديل للتعاقد مع الوكالات.
- الرغبة في التميز
- توفير الوقت

VOXERA

TARGET PERSONA FOR AI COURSE



الاسم: سارة
الجنسية: أردنية مقيمة
العمر: 26 سنة
الجنس: أنثى

السكن: الكويت
الحالة الاجتماعية: عزباء
الوظيفة: مسؤولة سوشيال ميديا

الاحتياج الأساسي:

- إتقان أدوات الذكاء الاصطناعي لرفع جودة وسرعة إنتاجها، والحصول على شهادة احترافية.

القنوات:

- TikTok
- Instagram reels

العوائق (Pain Points):

- شدة المنافسة
- انخفاض أسعار السوق للفريلانسرز
- الفجوة في المهارات التقنية الحديثة.

الاهتمامات والهوايات:

- الترينداتِ.
- التصوير.
- تربية القطط.

الدافع للشراء:

- التميز عن المنافسين
- الرغبة في خلق شبكة علاقات مع المبدعين
- زيادة سعر خدماتها

VOXERA

TARGET PERSONA FOR AI COURSE



الاسم: أحمد
الجنسية: وافد محترف
العمر: 28 سنة
الجنس: ذكر

المكان السكن: الكويت
الحالة الاجتماعية: متزوج
الوظيفة: موظف تسويق في شركة كويتية

الاحتياج الأساسي:

- أتمتة مهام العمل الروتينية لتقديم نتائج أسرع للشركة والحفاظ على منصبه.

القنوات:

- Newsletters
- Instagram reels

العوائق (Pain Points):

- ضغط العمل الدائم
- ميزانية محدودة للتطوير الشخصي
- بطء العمليات المؤسسية.

الاهتمامات والهوايات:

- الإدارة
- التسويق الرقمي
- الأتمتة.

الدافع للشراء:

- الاستقرار الوظيفي عبر التميز التقني
- ضيق الوقت, مرونة الحضور

VOXERA

مقترحات البايو



VOXERA

مقترحات البايو



اقسام الهايلايت

- أعمالنا
- أغاني AI
- فريقنا
- قالوا عنا

- خدماتنا
- صوتنا
- الباقات

VOXERA

ACTION PLAN

VOXERA

ACTION PLAN

1

تنفيذ مقترح تعديل البايو وأقسام الهايلايت فوراً.

إصلاح الفونت الأصلي وتكبير أرقام البيانات في الموقع الإلكتروني واعادة صياغة محتويات كل باقة بجانب اتمام ربط صفحة الهبوط مع تفعيل ادوات التتبع

انشاء صفحات على منصات التواصل المذكورة

VOXERA

ACTION PLAN

2

تصوير محتوى الSTORY TELLING من قبل المدرب عبدالله

بالتزامن مع اعداد خطة محتوى بالعدد المشار إليه

VOXERA

ACTION PLAN

3

إطلاق حملة بيعية تجريبية على انستجرام وتيك توك بميزانية تعادل 150 دينار كحملة تجربة لاختبار المحتوى الفعال وتجميع بيانات عن المهتمين بالدورة

VOXERA

ما نبيعك خدمة .. نعيشك تجربة

THANK YOU

voxera.kw

+965 41001164

Info@voxerakw.com

VOXERA