



الملف التعريفي للشركة

ارتقِ بتسويقك.

شريك النمو الاستراتيجي الذي يوحد كل القنوات الرقمية في منظومة ذكية واحدة، ويحوّل التفاعل إلى نمو تجاري مستدام وقابل للقياس.

المحتويات

04	من نحن
05	الرؤية والرسالة والقيم
06	قصة الشعار
07	ميزة SEM
08	ما نقدمه
10	أنظمة النمو
11	المستويات والقطاعات
12	مع من نعمل
13	طريقة عملنا
14	أيامك الثلاثون الأولى
15	الشفافية في الممارسة
16	المنصات والقدرات
17	نتائج مختارة
19	كيف نبدأ معاً

قبل أن تقرأ

خطة واحدة. كل القنوات. تُقاس بالإيرادات.

معظم الشركات لا تحتاج إلى مزيد من التسويق، بل تحتاج إلى أن يعمل تسويقها كمنظومة واحدة: لكل قناة مهمة واضحة، وتسليم واضح لما يليها، ورقم يثبت أنها تعمل.

هذا هو العمل الذي بُنيت AdvanSEM من أجله. يشرح هذا الملف من نحن، وكيف نفكر، وما نقدمه، وكيف يسير التعاون معنا، من أول محادثة إلى الإيقاع الشهري الذي يليها.

كل رقم في قسم النتائج مأخوذ من تعاونات حقيقية مع عملاء، ومكتوب من تقاريرهم الخاصة، مع الحفاظ على سرية أسمائهم.

AdvanSEM في صفحة واحدة

وكالة تسويق قائم على الأداء، تخطط لكل القنوات الرقمية وتبنيها وتديرها كمنظومة واحدة، وتُقاس بالرقم الواحد الذي تُدار به كل شركة.

3 مستويات تعاون على سَلَم واحد: الأساس، والهيكل، والمنظومة	10 قطاعات لها باقات نمو مُعدّة مسبقاً	5 أهداف نمو: عملاء محتملون، ومبيعات عبر الإنترنت، وحجوزات، وزيارات للمتاجر، وتسجيلات	8 تخصصات خدمية، من إدارة الإعلانات المدفوعة إلى الاحتفاظ بالعملاء والأتمتة بالذكاء الاصطناعي
19 دراسة حالة منشورة من تعاونات حقيقية مع عملاء	1 مخطط استراتيجي مخصص هو نقطة تواصلك الوحيدة	4 مراحل في كل دورة تنفيذ: التصميم، والتفعيل، والتعزيز، والتقدّم	6 منصات إعلانية تُدار كخطة واحدة: Google · Meta · TikTok · Snapchat · LinkedIn · X

التواصل

advansem.com
info@advansem.com

الشعار اللفظي

ارتق بتسويقك.

الشركة

AdvanSEM LLC
وكالة تسويق قائم على الأداء

منظومة واحدة، تُصمَّم قبل أن تُبنى

الاسم

Advan من التقدّم والأفضلية، و**SEM** من التسويق عبر محركات البحث: تقدّم تقوده إعلانات الأداء. يُكتب دائماً كلمة واحدة: **AdvanSEM**.

موقعنا في السوق

للشركات التي تتوسّع وتجاوزت الوكالات المتفرقة التي تركز على النقرات، تمثل AdvanSEM شريك النمو الاستراتيجي الذي يوحّد كل القنوات الرقمية في منظومة ذكية واحدة، ويحوّل التفاعل إلى نمو تجاري مستدام وقابل للقياس.

AdvanSEM وكالة تسويق رقمي تقوم على الجمع بين الابتكار الاستراتيجي والانضباط التجاري. نجمع كل القنوات في منظومة واحدة، لتعمل كل قناة بانسجام مع البقية وتدفع نمواً مستداماً للعلامة التي تقف خلفها.

نعمل كما يعمل المهندس المعماري: نفهم الموقع، ثم نرسم الهيكل، ثم نبني. وهذا يعني ثقة بلا غرور، وخبرة تقنية بلا مصطلحات معقدة، وطموحاً يستند دائماً إلى الدليل.

ويعني أيضاً أن الأخبار السيئة تصل مبكراً، ومعها خطة. هكذا تبدو الشفافية في الواقع، لا كلمة على شريحة عرض.

من إدارة الإعلانات المدفوعة و SEO والتسويق عبر منصات التواصل، إلى الأتمتة بالذكاء الاصطناعي وتحسين التحويل والمحتوى الإعلاني والاحتفاظ بالعملاء، نساعد الشركات الطموحة على التحكم الكامل بإمكاناتها على الإنترنت.

كيف نتحدث

بصوت مخطّط استراتيجي يصمم أنظمة نمو، لا بصوت من يكتفي بتشغيل الإعلانات. الأرقام أولاً، والصفات بعدها.

ما الذي نحسّنه

الإيرادات، والعملاء المحتملون المؤهلون، والحجوزات التي يحضرها أصحابها، والزيارات، والتسجيلات النشطة: النتيجة التي تشتريها الشركة فعلاً، لا النقرات لذاتها.

كيف نكتب التقارير

المكاسب والخسائر تُذكر بالوضوح نفسه. التجارب الخاسرة تُعرض بجانب الرابحة، لأن كليهما يوجّه القرار التالي.

إلى أين نتجه

الرؤية والرسالة والقيم

الرسالة

أن نمكّن المؤسسات من بلوغ كامل إمكاناتها في التسويق الرقمي، عبر استراتيجيات متقدمة تُلهم الجمهور، وتُعطي صوت العلامة، وتحوّل التفاعل الرقمي إلى نمو تجاري قابل للقياس.

الرؤية

أن نكون مرجعاً عالمياً للتميز الرقمي، نحوّل العلامات الطموحة إلى رواد في أسواقها، عبر الجمع بين الابتكار الاستراتيجي والذكاء القائم على البيانات.

القيم الأساسية

قيم تستطيع أن تشير إليها

على أرض الواقع

لوحة متابعة مباشرة من اليوم الأول، وإنفاق إعلاني بلا أي هامش إضافي أياً كان من يدفع للمنصات، والتجارب الخاسرة تُعرض بجانب الرباحة.

نعمل بشفافية كاملة تتيح رؤية تامة ومسؤولية مشتركة. يرى العملاء كل شيء: الميزانيات، والبيانات، والقرارات، والنتائج.

الشفافية والشراكة

على أرض الواقع

بنية واحدة لكل الخدمات، مرتبة بحيث تجعل كل خدمة ما بعدها أقل تكلفة، ومخطّط استراتيجي واحد مسؤول عن النتيجة الكلية.

نرى الصورة الكاملة، ونصمم منظومات رقمية موحّدة تعمل فيها كل قناة بانسجام لتدفع نمواً شاملاً ومستداماً.

نهج شامل

على أرض الواقع

تصاميم إعلانية تُنتج بكميات كبيرة وتُقيّم بأدائها، مع تحديد معيار النجاح قبل التجربة، ليُختار الفائز بالدليل.

نجمع بين إبداع يتخطى المألوف وانضباط تجاري صارم، لنصنع تفاعلاً وتحويلات عالية القيمة.

الإبداع والابتكار

خريطة سوق، مرسومة على هيئة حرف

في علم التسويق، تبدأ كل استراتيجية بالإطار نفسه: تقسيم السوق، والاستهداف، والتموضع، وهو الإطار الذي رصّخه فيليب كوتلر أساساً للتسويق الاستراتيجي. وشعارنا هو هذا الإطار وقد صار مرئياً.



التموضع

الزمردى هو الشريحة التي تستحق الفوز بها

الزمردى هو الشريحة المستهدفة، اختيرت عن قصد وهي في صعود. والقطع المائل عبر الدائرة يشكّل حرف A في كلمة Advance: اللحظة التي تتوقف فيها العلامة عن ملاحقة الجميع، وتبدأ بالتقدّم حيث تستطيع أن تقود.

الاستهداف

الكلي يقرأ المشهد، والرمادي يقرأ البيانات

الكلي هو المشهد العام للسوق. والرمادي هو الذكاء الذي يقرؤه: التحليل الذي يحدد أين تكمن الفرصة الحقيقية قبل أن تتحرك أي ميزانية.

تقسيم السوق

الدائرة هي السوق

تمثّل الدائرة كامل السوق بأكمله، والشرائح أقسامه: فئات من الناس تحتاج أشياء مختلفة، وتتخذ قراراتها بطرق مختلفة، وتتجاوب مع رسائل مختلفة.

ما يصنع الفرق فعلاً

ميزة SEM

على خلاف الوكالات التي تركز على النقرات، نركز على تكامل الذكاء: لا نكتفي بإدارة الإعلانات، بل نبني منظومة رقمية واحدة يصل فيها صوت العلامة إلى كل نقطة تواصل، ويكون كل قرار فيها واضحاً وقابلاً للقياس والمساءلة.

02

شفافية كاملة

تري لوحات المتابعة نفسها التي نراها، لحظة بلحظة، لا ملخصاً شهرياً يكتبه الطرف الذي يُحكم عليه من خلاله. الميزانيات والبيانات والقرارات والنتائج متاحة لك في أي وقت.

01

المنظومة قبل القنوات

استراتيجية واحدة تحكم كل المنصات، فلا تتنافس حملاتك مع بعضها على الأشخاص أنفسهم. البحث ومنصات التواصل والبريد الإلكتروني والموقع تُخطّط معاً، ولكل منها مهمة واضحة وتسليم واضح لما يليها.

04

بلغة سوقك كما يشتري بها

النصوص والكلمات المفتاحية والتصاميم الإعلانية تُكتب لكل سوق بدل أن تُترجم، باللغة واللهجة التي يبحث بها الناس ويشترى بها فعلاً.

03

عمليات معرّزة بالذكاء الاصطناعي

وكلاء أتمتة يراقبون الأداء يومياً، فتظهر المشكلات مبكراً، ويقضي فريق حسابك وقته في الاستراتيجية لا في جداول البيانات.

خطة واحدة لكل القنوات، والصورة نفسها التي نراها عن الحساب، ووقت أكبر من الفريق للقرارات التي تحرك الأرقام.

النتيجة

ثمانية تخصصات، في منظومة واحدة

كل خدمة يمكن أن تعمل وحدها، لكن قيمتها الحقيقية تظهر حين تعمل معاً، مرتّبة بحيث تجعل كل خدمة ما بعدها أقل تكلفة.

02 SEO والظهور في الذكاء الاصطناعي

ترتيب كلاسيكي في نتائج البحث مع تحسين الظهور في المحركات التوليدية، ليجدك الناس على Google وتُذكر داخل إجابات AI · Perplexity · Gemini · ChatGPT · Overviews.

- سلامة تقنية وبيانات منظّمة
- استراتيجية كلمات مفتاحية ومحتوى ومقالات
- تحسين الظهور في محركات الإجابة وتتبعه
- بناء الروابط والعلاقات الإعلامية الرقمية

01 إدارة الإعلانات المدفوعة

إعلانات مدفوعة تغطي مسار الشراء كاملاً على · Google · Meta · TikTok · Snapchat · LinkedIn · X · تدار كخطة واحدة وتُحسّن نحو الإيرادات لا النقرات.

- تدقيق الحسابات وإعادة هيكلتها وبناء بنية الحملات
- تتّبع عبر Pixel و Conversions API، موثّق كتابياً
- اختبارات منظّمة للتصاميم وال جماهير
- لوحة أداء مباشرة وتقرير شهري

04 الأتمتة بالذكاء الاصطناعي

وكلاء أذكى يراقبون تسويقك على مدار الساعة، لتتخذ القرارات خلال ساعات، لا في اجتماعات شهرية.

- تشخيص للأتمتة وخطة بناء بنطاق محدد
- وكيل تقارير مع تنبيهات عند تجاوز الحدود
- محرّك للعملاء المحتملين: استقبال وتقييم وتوجيه ومتابعة
- حارس أداء يرصد القراءات غير المعتادة يومياً

03 التسويق عبر منصات التواصل

منظومات محتوى تُعلي صوت العلامة وتحوّل الانتباه إلى طلب، مبنية على مخطط استراتيجي مكتوب للمحتوى بدل منشورات متفرقة.

- محاور المحتوى وخطة التصاميم والتوزيع
- منشورات مصمّمة ومقاطع فيديو قصيرة
- إدارة المجتمع والتفاعل
- تنسيق مع صناع المحتوى ورصد المنصات

06

المحتوى الإعلاني

تصاميم إعلانية تُنتج بسرعة وتُقيّم بأدائها: إعلانات ثابتة، وفيديو، ومحتوى بأسلوب UGC، وموشن جرافيك، بكل مقاسات المواضيع وبهوية علامتك.

- مجموعات إعلانات ثابتة بكل المقاسات
- إعلانات فيديو بسيناريو وإنتاج كاملين
- حزم فيديو بأسلوب UGC
- مراجعة شهرية لأداء التصميم

05

تحسين التحويل والتحليلات

إيرادات أكثر من الزيارات التي تدفع ثمنها أصلاً: تجارب على صفحات الهبوط، وتحليلات لمسار الشراء، وتتبع من جهة الخادم يُغلق الحلقة على النمو القابل للقياس.

- تدقيق للتحويل والتتبع مع خطة 90 يوماً
- تجارب منظّمة بقراءات إحصائية
- تحسينات متكررة لصفحات الهبوط
- تتبع التحويلات من جهة الخادم

08

تطوير المواقع

صفحات هبوط ومواقع أعمال ومتاجر إلكترونية مصمّمة للتحويل، مبنية بهوية علامتك الكاملة ومع كل تكامل تعمل به شركتك.

- صفحات هبوط ومواقع أعمال
- متاجر إلكترونية مع مزمنة الكالوج
- تكاملات التحليلات والحجز والدفع
- خطط رعاية: تحديثات ونسخ احتياطية ومراقبة

07

الاحتفاظ بالعملاء

رحلات عبر البريد الإلكتروني و WhatsApp والرسائل النصية تحوّل المشترين لمرة واحدة والعملاء المحتملين الباردة إلى إيرادات متكررة، تعمل تلقائياً على الجمهور الذي تملكه.

- رحلات الترحيب والرعاية وما بعد الشراء والاستعادة
- حملات مصمّمة واختبار عناوين الرسائل
- تسلسلات عبر WhatsApp Business
- إعداد قابلية التسليم ونظافة القوائم

جزء من الأساس، لا إضافة لاحقة

كل تعاون يشمل لوحة متابعة مباشرة من اليوم الأول، وتقريراً شهرياً مبنياً على الأقسام الستة نفسها، ومخططاً استراتيجياً مخصّصاً هو نقطة تواصلك الوحيدة.

الملكية تبقى لك: الحسابات الإعلانية والموقع والبيانات والمحتوى تُنشأ باسم شركتك حيثما تسمح المنصة.

ابدأ من هدفك

أنظمة النمو

لكل شركة هدف، أيّاً كان قطاعها. يجمع نظام النمو الخدمات التي يحتاجها هذا الهدف في تعاون واحد، مع رقم واحد يثبت أنه يعمل.

01

توليد العملاء المحتملين

الرقم الذي يثبت النتيجة
تكلفة العميل المحتمل
المؤهل

للشركات التي تُغلق صفقاتها عبر المحادثة: الاستشارات، وشركات B2B، والمطوّرون، والوسطاء، والمقاولون، وكل خدمة تُباع وجهاً لوجه.

02

المبيعات عبر الإنترنت

الرقم الذي يثبت النتيجة
العائد الإجمالي على
الإنفاق الإعلاني
بالهامش الحقيقي

للشركات التي تباع عند صفحة الدفع: المتاجر، والعلامات التي تباع مباشرة للمستهلك، والمنتجات الرقمية، والفعاليات. التتبع أولاً، ثم التوسع على أرقام موثوقة.

03

الحجوزات

الرقم الذي يثبت النتيجة
تكلفة الحجز الذي يحضره
صاحبه

للشركات التي تعيش على التقويم: العبادات، والفنادق، والمطاعم، والصالونات، والأندية الرياضية، ومنظّمو الرحلات. السلسلة كاملة: يُعثر عليك، فيقتنع، فيحجز، فيحضر.

04

زيارات المتاجر

الرقم الذي يثبت النتيجة
ارتفاع مؤشرات الزيارة
لكل فرع

للشركات التي تكسب وجهاً لوجه: متاجر التجزئة، وصلات العرض، ووكلاء السيارات. صراحة في القياس من اليوم الأول: نقيس ما يمكن قياسه، ونقول ذلك بوضوح.

05

التسجيلات

الرقم الذي يثبت النتيجة
تكلفة التسجيل المُفعّل

للشركات التي تنمو بالتفعيل: برامج SaaS، والتطبيقات، والدورات، والأكاديميات، والعضويات. التسجيل لا يُحتسب إلا حين يصبح مستخدماً أو طالباً نشطاً.

كل نظام يعمل على المستويات الثلاثة نفسها، الأساس والهيكل والمنظومة، فيمكن أن يكبر التعاون دون إعادة تحديد نطاقه.

سَلَم واحد، بصوتين

ثلاثة مستويات، مضبوطة لكل سوق

المستوى 03

المنظومة

اسمه في القطاعات: الريادة

المنظومة الكاملة: كل القنوات بانسجام، مع الأتمتة بالذكاء الاصطناعي والمحتوى الإعلاني والاحتفاظ بالعملاء تحت طبقة ذكاء واحدة.

المستوى 02

الهيكل

اسمه في القطاعات: التسارع

نمو متعدد القنوات: قناتان أو أكثر تحت استراتيجية واحدة، مع تحسين التحويل والتحليلات لمضاعفة النتائج.

المستوى 01

الأساس

اسمه في القطاعات: الانطلاق

محرك واحد موثوق: قناة مدفوعة أو مجانية واحدة، مبنية ومقاسة ومحسنة بالكامل. نقطة البداية للميزانيات المركزة.

القطاعات التي نخدمها

عشرة قطاعات، مُعدّة مسبقاً

في عشرة قطاعات، يأتي السَلَم نفسه مُعدّاً مسبقاً بمراحل الانطلاق والتسارع والريادة، مع المخرجات ومقاييس التقارير وإيقاع المحتوى الذي يحتاجه كل سوق. والتعاونات التي تبدأ من الهدف تُحدّد إعدادات قطاعها في العرض.

01	التجارة الإلكترونية	02	التجزئة والمتاجر المحلية
03	خدمات B2B	04	برامج SaaS
05	الشركات الناشئة التقنية	06	الرعاية الصحية والعيادات
07	العقارات	08	التعليم والتدريب
09	الضيافة والسياحة	10	الخدمات المحلية والمهنية

مع من نعمل

مبنيون لشركات مستعدة للنمو على أساس الدليل

شركات صغيرة ومتوسطة يريد ملاكها وقادة النمو فيها شريكاً خبيراً لا أرخص مورد، ولديهم ميزانية حقيقية وهدف قابل للقياس.

شركات B2B الطموحة

شركات خدمات وبرامج بدورات بيع طويلة، نادراً ما يتحول فيها التفاعل إلى فرص بيع.

من أول نقرة إلى إغلاق الصفقة، مقاساً من البداية إلى النهاية.

التجارة الإلكترونية الراسخة

متاجر تدبر Meta و Google و TikTok كجزر منفصلة، تأكل فيها القنوات من بعضها، بلا صورة موحدة للعائد.

استراتيجية واحدة، ولوحة متابعة واحدة، ومنحنى نمو واحد.

الشركات الناشئة التقنية المتوسّعة

شركات تحت ضغط النمو بكفاءة، تواجه ارتفاع تكلفة الاستحواذ ومجالس إدارة تطلب الدليل.

نمو باقتصادات وحدة يثق بها مجلس الإدارة.

هكذا يبدو التوافق القوي

- يقودها مالكيها، أو شخص مسؤول عن النمو يتحكم في الميزانية
- تستثمر بالفعل في القنوات الرقمية، ولديها قناة واحدة على الأقل تعمل
- تمر بنقطة تحوّل: ركود، أو إطلاق، أو سوق جديدة، أو تهديد تنافسي
- تتعامل مع التسويق كاستثمار له عائد، لا كتكلفة يجب تقليصها
- مستعدة لمشاركة الوصول إلى الحسابات ونظام CRM، لأن القياس الصادق مسؤولية مشتركة

القاسم المشترك

قنوات متفرقة، ونتائج لا يثق بها أحد تماماً، ونمو توقّف على القناة التي كانت تنجح. هذه هي المشكلات التي تحلّها منظومة واحدة مترابطة.

دورة تنفيذ واحدة، لكل خدمة

كل خدمة، من حملة على قناة واحدة إلى منظومة كاملة، تسير وفق الدورة نفسها بمراحلها الأربع. هذا ما يجعل التنفيذ متوقعاً والتقارير صادقة: يمكنك أن تعرف دائماً في أي مرحلة يقع عملك.

01 · التصميم Architect

عند البدء. تدقيق الوضع الحالي، وتحديد المقياس المستهدف، وكتابة الخطة.

كل شهر. مراجعة بيانات الشهر الماضي واختيار خطوات هذا الشهر.

02 · التفعيل Activate

عند البدء. بناء الحسابات والتتبع والأصول، والتحقق منها، ثم الإطلاق.

كل شهر. تسليم مخرجات الشهر وتعديلاته.

03 · التعزيز Amplify

عند البدء. فتح نافذة التحسين الأولى.

كل شهر. التحسين والاختبار والتجديد وفق إيقاع كل خدمة.

04 · التقدّم Advance

عند البدء. مراجعة اليوم الثلاثين: خط الأساس مقابل النتيجة.

كل شهر. التقرير في بداية الشهر، ونقل الدروس إلى خطة الشهر التالي.



البوابة الثانية

الموافقة قبل النشر

كل ما يظهر للجمهور، من منشورات وإعلانات وصفحات ورسائل، يحمل موافقتك المسجلة قبل أن يُنشر.

البوابة الأولى

التتبع قبل الإنفاق

لا يتوسّع أي شيء بعد مرحلة الاختبار قبل التحقق من التتبع كتابياً، فتستند كل نتيجة نعرضها إلى أرقام يمكنك الوثوق بها.

بدء التعاون

أيامك الثلاثون الأولى

كل عميل جديد يسير على المسار نفسه لمدة 30 يوماً، أيّاً كان ما اختاره. والغاية بسيطة: أن تسمع منا قبل أن تتساءل عنا.

الترحيب	اليوم 0	ترحيب في يوم البدء، وتوقيع الاتفاقية، وقائمة واحدة مرتّبة بما نحتاجه من وصول.
الوصول والملخص	الأيام 3-1	جمع الحسابات والأصول، وملخص العميل الخاص بالخدمات التي اخترتها.
الاجتماع التأسيسي	الأيام 5-3	اجتماع لتأكيد مؤشرات الأداء والأهداف، وقناة تواصل مباشرة، ومشاركة هيكل لوحة المتابعة.
البناء	الأيام 10-5	إعداد الخدمات مع تطبيق بوابة التتبع أولاً على كل خدمة، وملاحظة تقدّم في منتصف البناء.
الإطلاق	الأيام 15-10	انطلاق الحملات والمخرجات الأولى، مع إعلان في اليوم نفسه ومراقبة يومية.
الدورة الأولى	الأيام 30-15	أول جولة تحسين ونبض منتصف الشهر: عمل بين التقارير تراه بنفسك.
المراجعة	اليوم 30	أول تقرير كامل واجتماع مراجعة: النتائج مقابل التوقعات، والدروس، وخطة الشهر التالي.

المنظومة

اجتماعات بناء أسبوعية حتى اليوم الثلاثين، ووكيل المراقبة الذي يُفَعَّل مبكراً، ورحلات الاحتفاظ تُصاغ في الشهر الأول.

الهيكل

إطلاقات متتابعة: القناة الرئيسية أولاً، ثم الخدمة الثانية بعدها، لا كل شيء دفعة واحدة.

الأساس

خط خدمة واحد، ولحظة إطلاق واحدة، ثم الإيقاع الشهري من اليوم الثلاثين.

الشفافية في الممارسة

عادات عمل تُبقي حوافزنا في اتجاه حوافزك

تقارير تشمل ما لم ينجح

لا تتفوق كل تجربة على النسخة الأصلية. تقاريرنا تعرض تلك النتائج بجانب ما نجح، لأن كليهما يوجه القرار التالي.

إنفاق إعلاني تراه بوضوح

أيًا كانت طريقة تمويل الميزانية، مباشرة مع المنصات أو عن طريقنا، لا يُضاف إليها أي هامش، وترى الرسوم نفسها التي تعرضها المنصات.

حساباتك تُنشأ باسمك

حيثما تسمح المنصة، يُنشأ النطاق والحسابات الإعلانية والتحليلات باسم شركتك، مع صلاحيات ووصولك الخاصة منذ البداية.

صورة مباشرة، دائماً

لوحة المتابعة تعمل من اليوم الأول. والتقرير موجود ليفسّر الأرقام، لا ليخفيها.

تواصل مباشر

مخطّط استراتيجي مخصّص هو نقطة تواصلك الوحيدة، والشخص الحاضر في اجتماعك الاستراتيجي هو من يتخذ القرارات في حسابك.

شروط تبقى مرنة

يبدأ العمل الشهري بمدة ثلاثة أشهر، وهي أقصر مدة يمكن فيها الحكم على النتائج بإنصاف، ثم يستمر شهراً بشهر مع إشعار مسبق قبل 30 يوماً.

معيّار التقارير

كل تقرير شهري، ستة أقسام، بهذا الترتيب

03
ما الذي غيّرناه
الخطوات التي اتّخذت هذا الشهر، ولماذا

02
الأرقام
الإنفاق والنتائج بلغة المقاييس التي تستخدمها

01
العنوان الرئيسي
الرقم الأهم مقابل هدفه، في السطر الأول

06
تنبيهات
المخاطر وتغيّرات المنصات والقرارات المطلوبة، مبكراً

05
الشهر القادم
الخطوات المحددة المجدولة مسبقاً

04
ما الذي تعلّمناه
المكاسب والخسائر بالوضوح نفسه

تصل التقارير في الأيام الأولى من كل شهر، مع اجتماعات استراتيجية وفق إيقاع مستواك، ونبض أسبوعي قصير بينها.

المنصات والقدرات

أين يجري العمل

المنصات والأدوات التي تقف خلف التخصصات الثمانية. كل منها يُختار لدوره في الخطة، ولا يعمل منفرداً أبداً.

القياس

- Conversions API و Pixel
- تتبع التحويلات من جهة الخادم
- أهداف GA4 وتحليلات مسار الشراء
- ربط CRM والتحويلات خارج الإنترنت
- لوحات أداء مباشرة

البحث والظهور في الذكاء الاصطناعي

- بحث Google و AI
- Overviews
- الظهور في Gemini · ChatGPT · Perplexity
- البيانات المنظمة وتحسين الظهور في محركات الإجابة
- Google Business Profile
- والبحث المحلي

المنصات الإعلانية

- Google Ads: Search · Shopping · Performance Max · Demand Gen · YouTube
- Meta: Facebook · Instagram
- TikTok
- Snapchat
- LinkedIn
- X

المواقع والتجارة

- صفحات هبوط ومواقع أعمال
- متاجر إلكترونية مع مزامنة الكتالوج إلى Instagram · Facebook · TikTok Shop
- تكاملات الحجز والدفع
- خطط رعاية: تحديثات ونسخ احتياطية ومراقبة

إنتاج المحتوى الإعلاني

- إعلانات ثابتة بكل مقاسات المواضيع
- إعلانات فيديو من 15 إلى 30 ثانية
- فيديو بأسلوب UGC وإنتاج بمساعدة الذكاء الاصطناعي
- موشن جرافيك

الاحتفاظ والأتمتة

- رحلات بريد إلكتروني مع إعداد SPF · DKIM · DMARC
- تسلسلات عبر WhatsApp Business Platform
- رحلات الرسائل النصية
- وكلاء لاستقبال العملاء المحتملين وتقييمهم وتوجيههم
- مراقبة يومية للقراءات غير المعتادة مع تنبيهات

معياري إتاحة الوصول

تُبنى الأصول الرقمية ومخرجات العملاء وفق معيار WCAG AA من W3C للمحتوى المقروء وسهل الاستخدام: صفحات تُقرأ أفضل وتحوّل أفضل.

ثنائية اللغة بالتصميم

مواد العلامة تحمل السلطة نفسها بالعربية والإنجليزية، والحملات تُكتب باللغة واللهجة التي يشتري بها كل سوق.

ما الذي حققه العمل

ثماني نتائج من تعاونات حقيقية مع عملاء، مكتوبة من تقاريرهم الخاصة. أسماء العملاء محفوظة، والمبالغ بالدولار الأمريكي، والأرقام التي حسبناها مُشار إليها في دراسات الحالة الكاملة.

شركة هجرة استثمارية

توليد العملاء المحتملين

+19.7%

عملاء محتملون أكثر من Google Ads في عام،
بإنفاق أقل بنسبة 24.5%

إعلانات أُعيد بناؤها داخل الحملات العاملة، وأسواق
فُصلت عن بعضها، وأعلى مسار الشراء نُقل إلى Demand
Gen، وأحكام نظام CRM غُذيت بها المنصة لتتبع الميزانية
المستثمرين المؤهلين.

مجموعة معارض سيارات
مستعملة، أربعة فروعتوليد العملاء
المحتملين

2,153

سيارة بيعت في عام واحد، متتبعة في نظام
CRM لدى الوكيل

خمس سنوات من الاستحواذ عبر ست منصات: عملاء
محتملون مصنفون، وبحث مبني على النية، وعروض مبنية
على المخزون الحقيقي. أفضل حملة بحث جلبت عملاء
محتملين بتكلفة \$8.03 للواحد.

متجر حلويات إلكتروني

المبيعات عبر الإنترنت

\$8.47

تكلفة الطلب، بعد أن كانت \$29.65، خلال تسعة
أشهر

خمس مراحل للحملات، كل منها أقل تكلفة من سابقتها:
إصلاح القياس أولاً، ثم تقسيم الجماهير حسب حرارتها، ثم
منتج بطل يقود الميزانية.

علامة فحم بخور

المبيعات عبر الإنترنت

1,651

طلباً عبر الإنترنت في شهرين، بعائد 5.07

في الأسبوع الأول أعادت حملات المبيعات 79 سنناً لكل
دولار. والعثور على المشتري الذي تجاهله الجميع، النساء
من 35 إلى 64 عاماً، رفع ذلك إلى نحو خمسة دولارات لكل
دولار.

سلسلة مقاهٍ

زيارات المتاجر

1.9M

مشاهدة لفديو الدرايف ثرو بتكلفة \$0.001
للمشاهدة

نظام محتوى يعمل، وحملة تشويقية لافتتاح فرع، وإطلاق
للدرايف ثرو: 5.3M ظهور عبر Meta و YouTube مقابل
\$3,459.

مدرسة سباحة بفرعين

الحجوزات

+191%

استفسارات من Google بإنفاق ثابت، بتكلفة
\$1.58 للاستفسار

بحث مبني على ما يكتبه الأهل فعلاً، ومنصات تواصل
مقسمة حسب من يحجز، وكل طريق ينتهي بمحادثة
WhatsApp مع النادي.

أكاديمية تدريب متعددة الدورات

التسجيلات

4.8×

إيرادات لكل دولار إعلاني، بعد أن كانت 3.2×

قواعد للحجز، ومركز واحد على الموقع، وحملات رسائل.
انخفض الإنفاق الإعلاني الشهري 68% بحلول الشهر الرابع
المتتبع، بينما جلب كل عميل محتمل ضعف الإيرادات.

نادٍ رياضي فاخر

التسجيلات

245

عضواً جديداً وأكثر من \$53K مبيعات في ثلاثة
أشهر

حكم فريق المبيعات على جودة العملاء المحتملين حرك
الميزانية كل أسبوع، وكل شهر أُغلق بجدول مبيعات. أفضل
شهر أعاد 7.8 أضعاف الإنفاق الإعلاني.

القصص كاملة

advansem.com/ar

19 دراسة حالة، لكل منها الوضع، وما غيّرناه، وما حدث للأرقام
بعد ذلك.

كيف نبدأ معاً

كيف يبدأ التعاون

يبدأ كل عميل بجلسة استراتيجية مدفوعة، لتكون أول محادثة عن أرقامك لا عرضاً تسويقياً. ورسوم الجلسة تُحتسب بالكامل من أي خدمة تليها.

04

بدء التعاون

مسار الثلاثين يوماً:
الترحيب، والوصول،
والاجتماع التأسيسي،
والبناء، والإطلاق،
والدورة الأولى، ومراجعة
اليوم الثلاثين.

03

عرض على سَلَم واحد

توصية عبر المستويات
الثلاثة، مع نطاق كل
مستوى مكتوباً،
وإعدادات قطاعك
محددة بالاسم.

02

خطة عمل مكتوبة

عادةً خلال 48 ساعة
من الجلسة تصلك
خطة عمل مكتوبة،
وهي لك تحتفظ بها أيّاً
كان قرارك بعدها.

01

الجلسة الاستراتيجية

جلسة مركزة على
حساباتك وتتبعك
وإنفاقك، نُعدّها لها
مسبقاً: ثلاث ملاحظات
محددة عن شركتك،
ومكسب سريع واحد.

شركتك هي التالية

ما الرقم الذي تُدار به شركتك؟

أخبرنا بالنتيجة التي تريد شراءها، عملاء محتملين أو مبيعات أو حجوزات أو زيارات أو تسجيلات،
وسنريك أين يجب أن يذهب الدولار التالي وما الذي سنغيّره أولاً.

advansem.com/ar
info@advansem.com
[احجز جلسة استراتيجية](#)



نرتقي بالعلامات التجارية نحو التميّز الرقمي، عبر الابتكار الاستراتيجي والذكاء
القائم على البيانات.