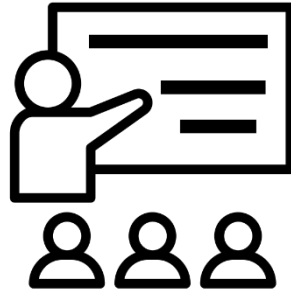


## دليل الإجراءات

# وسائل التواصل الاجتماعي – Social Media قطاع التجزئة



## قائمة المحتويات

- 3.....وضع خطة عمل لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي
- 4.....إدارة منصات التواصل الاجتماعي
- 5.....نموذج خطة العمل F-01
- 6.....نموذج إدارة منصات التواصل الاجتماعي F-02

SM-P1

رقم الإجراء:

وضع خطة عمل لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي

اسم الإجراء:

### الهدف

يهدف هذا الإجراء إلى تحديد الخطوات التي يجب اتباعها لتحديد أهداف ومحتوى وطبيعة التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي.

### الإجراءات

الخطوة	الوصف	الوثائق والأدوات المستخدمة	المسؤول
1.	تحديد الأهداف المتوقع تحقيقها من منصات التواصل الاجتماعي		المدير العام ومسؤول التسويق
2.	تحويل الأهداف إلى آليات عمل من حيث المنصات التي سيتم استخدامها وطبيعة المحتوى وعدد مرات النشر وطبيعة التفاعل مع الجمهور والعملاء المحتملين		مسؤول التسويق
3.	تشكيل فريق العمل للتنفيذ سواء من داخل الشركة أو الاستعانة بالمختصين لمدة زمنية معينة وبالتحديد مختصي تصميم ومختصي شبكات التواصل الاجتماعي	عقد اجتماع	مسؤول التسويق
4.	وضع خطة العمل المتضمنة الأنشطة التي سيتم تنفيذها، المبادرات، الموارد البشرية والمالية المطلوبة والموعد النهائي المتوقع	F-01	مسؤول التسويق
5.	دراسة الخطط وتحديد الأولويات واعتماد الموارد المطلوبة والموازنات حسب الإجراءات المعتمدة لهذا الغرض		مسؤول التسويق
6.	يتم إعداد المحتوى والتخطيط لاستدامته		فريق العمل
7.	يقوم فريق العمل المحدد بتنفيذ خطة العمل وإعداد التقارير الدورية حول سير العمل وأي تحديات تواجههم والحلول المطروحة لذلك	تقرير سير العمل	فريق العمل
8.	مراجعة الخيارات واختيار الأنسب بناء على الأهداف والمتطلبات التي تم تحديدها		المدير العام ومسؤول التسويق
9.	إطلاق العمل على المنصات	منصات التواصل الاجتماعي	فريق العمل
10.	متابعة مؤشرات الأداء ومعالجة أي مشاكل قد تحدث أو تعديل المحتوى ليتناسب أكثر مع الجمهور بناء على طبيعة تفاعلهم		مسؤول التسويق

SM-P2

رقم الإجراء:

إدارة منصات التواصل الاجتماعي

اسم الإجراء:

### الهدف

يهدف هذا الإجراء إلى تحديد الخطوات الواجب اتخاذها لاستدامة العمل على منصات التواصل الاجتماعي وتطوير المحتوى المناسب.

### الإجراءات

الخطوة	الوصف	الوثائق والأدوات المستخدمة	المسؤول
1.	يقوم فريق التسويق بمتابعة مؤشرات الأداء وتعديل المحتوى أو أوقات النشر أو إضافة منصات جديدة	مؤشرات الأداء	مسؤول التسويق
2.	في حال وجود أي مشاكل أو تعديلات أو محتوى جديد، يتم إخطار الجهة المسؤولة عن إدارة المنصة سواء كانت جهة خارجية أو من نفس فريق عمل الشركة	بريد إلكتروني أو نظام التذاكر أو مكالمة	مسؤول التسويق
3.	معالجة المشكلة أو تحميل محتوى جديد واختباره		فريق العمل
4.	في حال وجود متابعات وردود على العملاء، يقوم فريق العمل بالتفاعل مع الجمهور وتحويل الأمر للمعنيين من الناحية الفنية إذا دعت الحاجة		فريق العمل
5.	يتم استخدام نموذج إدارة منصات التواصل الاجتماعي للتأكد من سير العمل ومتابعته	F-02	فريق العمل

## نموذج خطة العمل F-01

الموارد المطلوبة	المسؤولية	الموعد النهائي	خطوات العمل	البند
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-

## نموذج إدارة منصات التواصل الاجتماعي F-02

مؤشرات الأداء	المسؤولية	أيام وأوقات النشر	محتوى النشر	المنصة
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-