

عزنا بطبعنا

اليوم الوطني السعودي 96
SAUDI NATIONAL DAY 95

دليل رواد في اليوم الوطني السعودي 96
كيف تواجه التحديات التسويقية
بخطوة متكاملة تظهر وتؤثر



في موسم اليوم الوطني الـ٩٥، كل الأنظار تتجه نحو من يظهر... ومن يُلهم...
ومن يعبر لكنك كصاحب مشروع أو شركة، تعرف أن الظهور الحقيقي لا يعني
مجرد شعار أخضر أو منشور وطني

بل يعني :

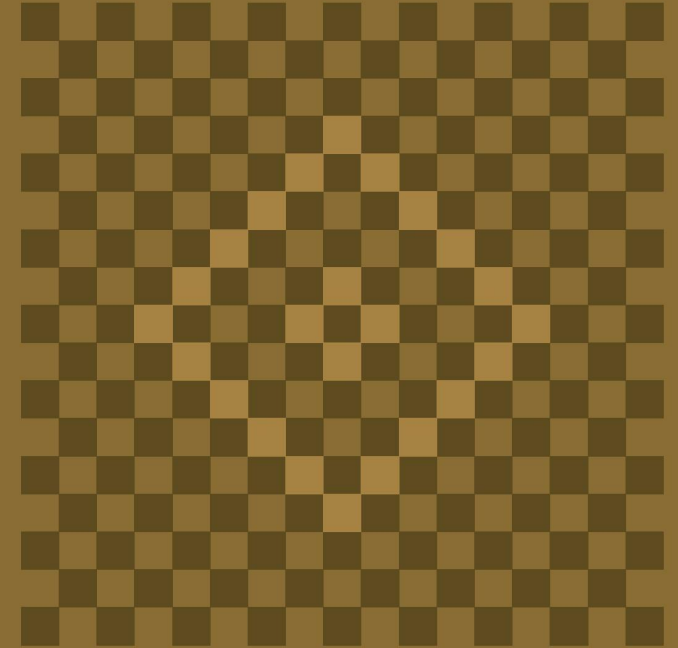
أن يعرفك جمهورك من أول نظرة أن يثق بك من أول رسالة أن يتفاعل معك، ثم يختارك

هذا الدليل صُمم خصيصًا لك — لأننا في "رواد" لا نؤمن بالحملات المنسوخة بل نؤمن أن لكل
مشروع هوية تستحق أن تُروى، وأثر يستحق أن يُرى في الصفحات التالية، سنأخذك في رحلة عبر
تحديات اليوم الوطني كما تحدث في أرض الواقع

ونضع أمامك الحلول... والأدوات... والطريق
من الهوية، إلى العرض، إلى الفيديو، إلى التفاعل

هذا ليس مجرد ملف... بل فرصة لأن يرى جمهورك
مشروعك كما يجب أن يُرى

جاهز؟!



الهوية التي تُشعر لا تُصمم

حين لا تكفي الألوان لتُقنع

المشكلة كما تحدث فعلاً

"نزلنا تصميم أخضر، كتبنا تهنئة رسمية، غيّرنا صورة البروفايل... وما صار شيء"
هذه الجملة تكررت على ألسنة كثير من أصحاب المشاريع في اليوم الوطني الاعتقاد السائد
أن تغيير الشكل كافٍ ليحدث تفاعلاً... لكن الواقع؟ هو أن التفاعل لا يُشتري باللون... بل
يُولد من إحساس

قصة من السوق... بلا مبالغة

أحد المتاجر المهتمة ببيع منتجات حرفية سعودية، استعدت لليوم الوطني بتصميم
"احترافي جداً" يحمل شعار المملكة ولون العلم. نُشر التصميم في كل مكان، لكن بقي
بلا أثر حقيقي



في المقابل، مشروع ناشئ في المجال نفسه ينشر مقطع بسيط لمؤسسته وهي تتحدث عن أول قطعة صنعتها بيديها وكيف حلمها بدأ من المنزل في نفس الشهر الذي تحتفل فيه المملكة بوحدة نفسها نفس الجمهور... لكن تفاعل مختلف كلياً

لماذا يفشل التصميم وحده؟

لأن التصميم إن لم يُبنى على قصة وهوية حقيقية، سيبدو جميلاً... لكنه بلا روح والمستخدم اليوم يبحث عن رسالة تمثلها، لا فقط صورة تعجبه الهوية البصرية لا تعني تغيير الألوان، بل التعبير عن من أنت، بلغة تُشبه من تُخاطبهم

الأرقام تؤكد ما نقوله

بحسب تقرير منصة FactMagazines لعام 2024 حول حملات اليوم الوطني المشاريع التي فُقدت هويتها البصرية بشكل متكامل (على الموقع، المحتوى، والعروض) "حققت معدل تفاعل أعلى بنسبة 42% من المشاريع التي اكتفت بمظهر شكلي

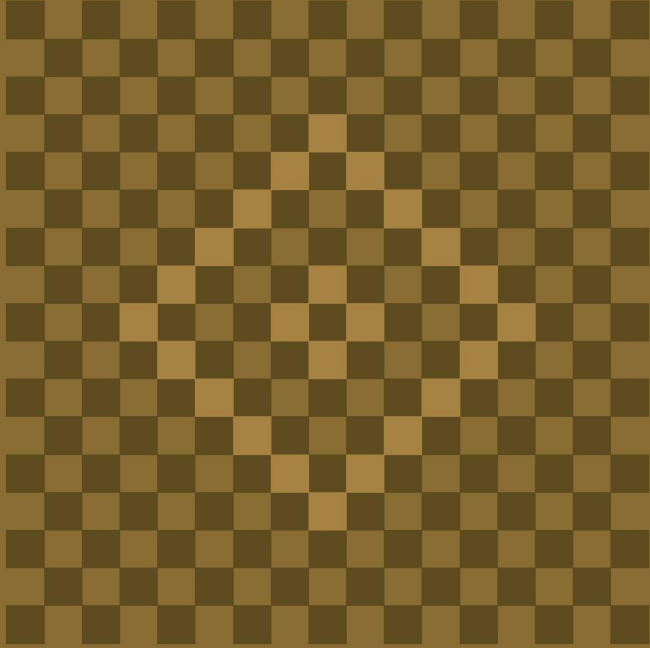
بمعنى آخر: الانتماء لا يُصمَّم فقط... بل يُحسَّ ويُستثمر



أين يظهر دور "رواد"؟

- نحلل مشروعك وجمهورك وقيمتك الجوهرية
- نُعيد بناء الهوية البصرية الوطنية بناءً على رسائل مشروعك، لا رموز عامة
- ننتج محتوى تفاعلي بصري (ريلز، ستوري، فيديو، صور) يعبر عنك، ويُلهم جمهورك
- نربط الهوية الرقمية بتجربة العميل في المتجر/الموقع وصفحات الهبوط

كل ذلك ضمن خطة تسويقية إلكترونية مدروسة
تُحسن ظهورك وتزيد التفاعل والارتباط



العرض لا يبيعه وحده

لماذا لا تحقق خصوماتك نتائج؟

المشكلة كما يواجهها أصحاب المشاريع

"سوينا خصم كبير بمناسبة اليوم الوطني... ولا أحد تفاعل، ولا طلبات زادت"

هذا التحدي يتكرر كل عام. أغلب المشاريع تركّز على الإعلان عن "الخصم"، وتغفل عن أن الخصم وحده لا يصنع رغبة، ولا يولّد ثقة

حين يكون العرض موجودًا... لكن الرسالة مفقودة

أحد المتاجر في قطاع الإلكترونيات قدّم خصمًا بنسبة مرتفعة جدًا
لكن الإعلان لم يتجاوز شكله: عبارة عامة، تصميم تقليدي، كود خصم محفوظ



"أنت تبني مستقبلك... وندعمك بأدواتك" أين يتكرر الخطأ؟

لأن أغلب المشاريع تفصل بين

الفكرة التوقيت القنوات الجمهور

فتُطلق عرضًا قويًا... لكن في وقت غير مناسب، وبأسلوب غير مخصص، وعلى منصة لا ينشط فيها جمهورها. النتيجة؟ حملة مكلفة بلا جدوى

الإحصائية التي توضح كل شيء

وفق تقرير First Growth Agency لعام 2024

المشاريع التي قدّمت عروضها ضمن Funnel تسويقي كامل، ارتفعت معدلات التحويل لديها بنسبة 34% مقارنة بالمشاريع التي طرحت خصومات مباشرة دون حملة داعمة. "والفارق الأساسي لم يكن في حجم الخصم، بل في كيف تم تقديمه، لمن، وفي أي وقت، وبأي أسلوب



كيف تتدخل رواد لحل المشكلة؟

رواد لا تصيغ عروضًا بشكل معزول، بل تعمل ضمن نظام تسويق إلكتروني متكامل

- نبدأ بتحليل سلوك جمهورك واحتياجاته الموسمية
 - نصوغ العرض بلغة موجهة ومقنعة، تخاطب الشريحة المستهدفة
 - ننتج له تصاميم إبداعية وفيديوهات مختصرة تخاطب العاطفة
 - نحدد توقيت الإطلاق بناءً على بيانات الأداء السابقة + الحملة المحيطة
 - نوّزع من خلال قنوات استراتيجية (إعلانات - بريد - صفحات هبوط - محتوى تفاعلي)
- وندعمه بنظام تتبع ومراقبة لتحسين الأداء خلال الموسم

مع "رواد"، لا تطرح عرضًا... بل تفتح فرصة استثمار حقيقي في سلوك جمهورك



الناس لا تُتابع إلا من يُشركها

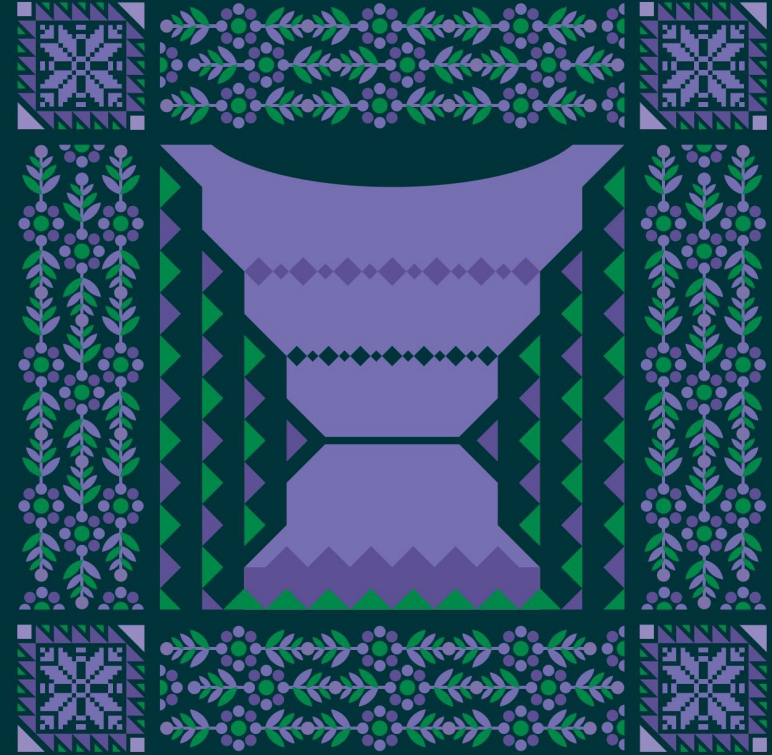
كيف تبني حملة يشعر فيها الجمهور أنه جزء منها... لا مجرد متلقٍ لها؟

المشكلة التي تتكرر رغم الإبداع

"نزلنا محتوى قوي، تصميم ممتاز، كتبنا بوستات كلها وطنية... لكن محد تفاعل"
هذا السيناريو أصبح مألوفاً. المشكلة ليست في جودة المنشورات... بل في طريقة استخدام المنصات؛ الناس لا تتابع الحملات التي تتكلم وحدها، بل تتفاعل مع الحملات التي تمنحها صوتاً ومساحة

من محتوى يُعرض... إلى حملة تُشارك

علامة تجارية في مجال القهوة صنعت فيديو جميلاً ليوم الوطن لكنها اكتفت بنشره فقط



في المقابل، علامة أخرى أطلقت سؤالاً بسيطاً
"وش أول مكان زرت فيه القهوة أول ما افتتحنا؟"
العملاء بدأوا يردّون، يشاركون صورهم، يذكّرون بعضهم لحملة تحوّلت من إعلان... إلى
تفاعل حي

السّر في التفاعل... ليس الظهور

من أكبر الأخطاء التسويقية في اليوم الوطني أن يُعامل المشروع جمهوره كـ"مشاهد"، بينما
الطلب هو إشراكه كجزء من القصة
الجمهور يحب أن يُسأل، أن يُسمع، أن يُعرض اسمه أو قصته أو صورته
وهذا لا يتحقق بمنشور مصمم بإتقان فقط، بل بحملة تُبنى على مفهوم المشاركة من الأساس

الأرقام تؤكد أن الصوت المشترك أقوى

وفق تقرير Fact Magazines عن اليوم الوطني 2024 أشار إلى أن

المشاريع التي حقّزت الجمهور للمشاركة الفعلية عبر مسابقات أو محتوى تفاعلي"
سجّلت معدل تفاعل أعلى بنسبة 68% من المشاريع التي اعتمدت على النشر
"التقليدي فقط"

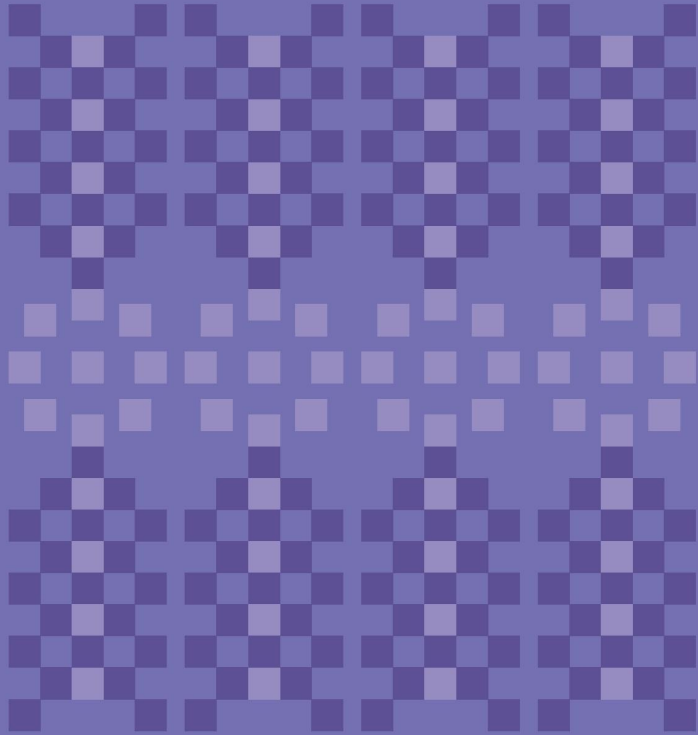


دور رواد في خلق هذا النوع من الحملات

- نبكر فكرة الحملة انطلاقاً من "المشترك العاطفي" بين علامتك والناس
- نُصمم آليات المشاركة (أسئلة - تحديات - مسابقات - استبيانات - محتوى من الجمهور نفسه)
- نربط كل نقطة مشاركة بتجربة تسويقية محسوبة (هاشتاق - إعادة نشر - تفاعل مع العملاء - تحفيز داخلي)
- نوزّع الحملة في القنوات المناسبة ونندعمها بإعلانات مدفوعة مركزة

كل ذلك ضمن خطة تسويق إلكترونية ديناميكية تُصمّم لثُحرّك... لا لتُعرض فقط

مع "رواد"، الحملات لا تُرسل... بل تُبنى مع
جمهورك، صوتاً بصوت



القصة التي تُحكى تُستَـرى

لماذا أصبحت القصص التسويقية أهم من الإعلانات؟

المشكلة عندما لا تلمس رسائلك مشاعر أحد

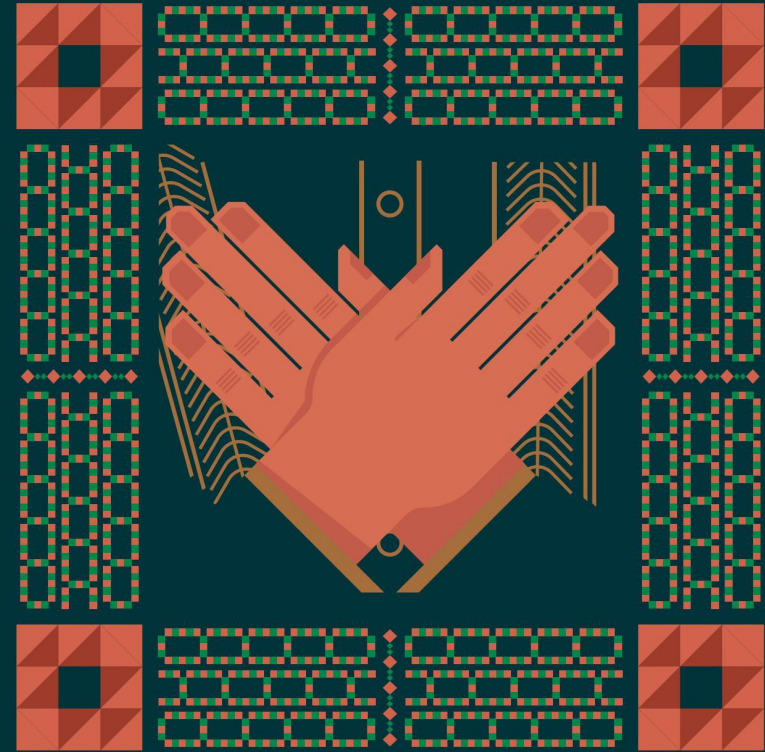
"نزلنا إعلان مرتب، فيه العلم، فيه شعارنا، فيه موسيقى... لكن محد علّق"

المنشورات التسويقية كثيرة، لكن المنشور الذي لا يحكي شيئاً... لا يُحفظ ولا يُشارك
الناس لا تتفاعل مع التصميم فقط، بل مع المعنى الذي تقرأه خلفه

القصة التي جعلت الجميع يتوقف

مشروع صغير لمنتجات طبيعية قرّر ألا يشارك بمقطع دعائي، بل نشر منشوراً
فيه صورة لمنتج قديم، وكتب

أول مرة بعنا فيه، كانت في شارع صغير ما حد يعرفه...واليوم، نرسل منتجاتنا"
"لكل مدن السعودية



ردود الجمهور كانت مليئة بالفخر، بالمشاركة، بالتفاعل
الناس شعروا أن هذه العلامة التجارية قريبة منهم... لأنها حكّت تجربتها بصدق

لماذا تؤثر القصة أكثر من الإعلان؟

لأن الإعلان يتحدث إليك... أما القصة، فتشعرك أنك جزء منها. والناس لم تعد تريد أن "تُقنع
بالشراء"، بل تريد أن تُؤمن بما تشتره
كل مشروع له حكاية بدايات، أو تحدي، أو قيمة... فلماذا لا تُروى هذه الحكاية في موسم
الوطن؟

الأرقام تؤكد أن من يروي... يبيع

تقرير منصة "First Growth" عن اليوم الوطني 2024 أشار إلى أن
المشاريع التي تضمنت حملاتها الوطنية قصة حقيقية عن بدايتها
سجلت تفاعلاً أعلى بنسبة +47% ومعدلات حفظ ومشاركة تجاوزت المعدلات الاعلانية
xالتقليدية بـ 2.6

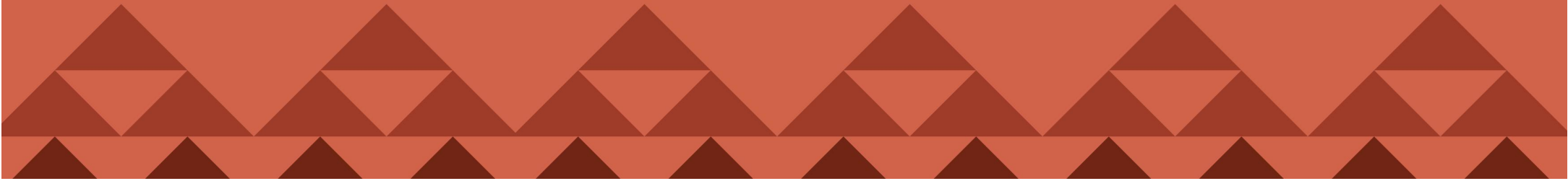
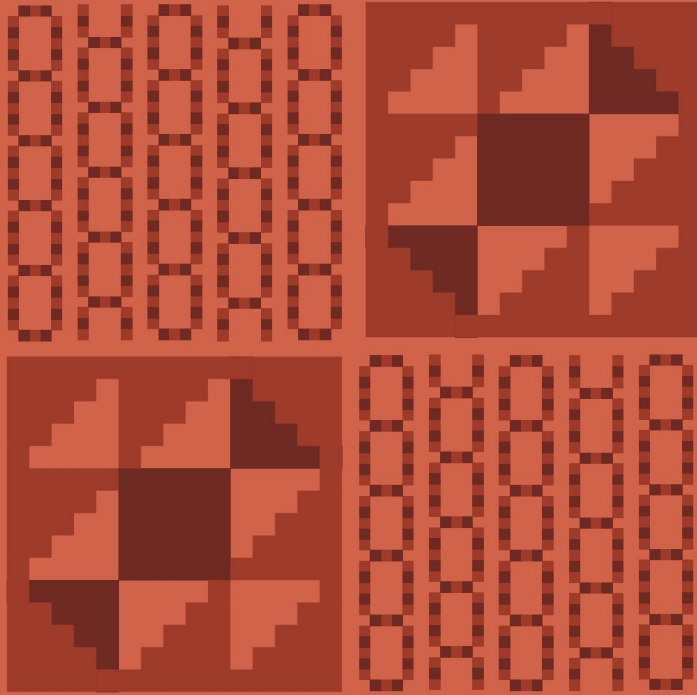
ببساطة : الإعلان يقول "اشترِ مِنِّي"، لكن القصة تقول "أنا أشبهك... فاخترني



كيف تُحوّل رواد قصتك إلى أداة تسويق فعّالة؟

- نساعدك على استخراج القصص القريبة من جمهورك (مؤسس - موظف - منتج - عميل)
- نكتبها بصياغة إنسانية احترافية، دون مبالغة، دون ادّعاء
- ننتجها على شكل فيديو قصير - منشور - ستوري - صفحة على الموقع
- ندمج القصة في خطة التسويق الإلكتروني، ونروّج لها كجزء من هوية علامتك

مع "رواد"، نُمهّد لسوقك أن يسمعك... ثم يُصدقك...
ثم يتحرّك نحوك



الموقع يجب أن يحتفل قبلك

هل واجهتك الرقمية تعكس من انت؟

المشكلة شكل خارجي جميل... وداخل لا يعكسه

"المحتوى على السوشيال تفاعلي، التصميم ممتاز، بس الزبون يدخل الموقع وما يكمل"

هذه المشكلة منتشرة في الحملات الموسمية، خصوصًا اليوم الوطني
المشروع يركّز على النصّات، وينسى أن الموقع هو نقطة القرار الحقيقية

القصة التي تكررت... وضيّعت فرص

شركة متوسطة في مجال الخدمات أطلقت حملة إبداعية على إنستقرام، تفاعل، رسائل، إعلانات مدفوعة... لكن موقعها ظل كما هو: تصميم قديم، لا صفحة عروض، لا هوية وطنية ظاهرة



النتيجة؟

العملاء شعروا بانفصال، فاقدوا الثقة، ولم يكملوا الشراء أو التواصل. بينما شركة ناشئة خصصت صفحة هبوط كاملة، غيرت العبارات، استخدمت صورًا وطنية، أضافت عرضًا واضحًا... فحوّلت كل زيارة إلى فرصة فعلية

الموقع لا يُجَمَّل... بل يُجَرِّز

الموقع أو المتجر ليس لوحة فنية، بل أداة إقناع واستبقاء وتحويل

- تصميم بصري يعكس المناسبة
- عروض واضحة وقابلة للوصول بسهولة
- صفحة هبوط تتكلم بلغة الموسم
- "رسائل ترحيبية تُشعر الزائر أنه "في المكان الصحيح"

النتيجة؟ الأرقام تتكلم

بحسب تقرير FactMagazines حول حملات اليوم الوطني 2024

المواقع والتاجر التي حدثت واجهتها، وصممت صفحات خاصة بمناسبة اليوم الوطني، شهدت "ارتفاعًا بمعدل البقاء داخل الموقع بنسبة +35% ومعدل تحويل أعلى بنسبة +29%

وفي المقابل، المواقع التي ظلت "خارج الموسم" فقدت الزوّار من أول ثانية



ماذا تفعل رواد لك هنا؟

رواد تتعامل مع الموقع كجزء من المنظومة التسويقية الكاملة

- نُعيد تصميم الصفحة الرئيسية أو الهبوط لتناسب مع الهوية الوطنية
- نربط بين الإعلانات والموقع بسلسلة (Landing Funnel)
- نكتب رسائل ترحيب وعبارات بيع مستندة إلى القصة والهوية
- لعرض العروض والكوبونات (pop ups) نفعل النوافذ الذكية
- نحسن سرعة الموقع وتجربة المستخدم، خاصة على الجوال

مع "رواد"، لا نُجمل موقعك مؤقتًا... بل نُحوّله إلى امتداد حقيقي لهويتك... ومنصة تحويل فعّالة



الفيديو لا يوثق فقط... بل يُحرّك

حين يصبح المقطع القصير هو مفتاح التأثير

المشكلة التي يواجهها كثير من المشاريع

"كل شيء كان جاهز... العروض، التصاميم، التخفيضات، بس الناس ما حسّوا فينا"
هذا التحدي يتكرر رغم جودة الحملات. والسبب؟ غياب عنصر الحياة الحقيقية... غياب الصورة المتحركة والصوت والوجوه في عصر الفيديو، المشروع الذي لا يُنتج مقطعًا يُشاهد، لا يُذكر

من منشور صامت... إلى مقطع يتداولونه الناس

مشروع بسيط في قطاع الأزياء قرر بدلاً من نشر صور "المجموعة الوطنية أن ينتج ريلز ل فريق العمل وهم يجّهزون الطلبات، مع موسيقى وطنية خفيفة، وعبارات عفوية



النتيجة؟

الفيديو تخطى الحساب نفسه، وانتشر في مجتمعات رقمية مختلفة، وأصبح أكثر منشور
حقق مبيعات في الحملة

لماذا الفيديو هو نقطة التحول؟

لأنه ببساطة: يُشعر، لا فقط يُظهر. الفيديو ينقل مشاعر فريقك، نبذة صوتك، روح مشروعك
ويجعلك "حيًا" في أعين المتابع... لا مجرد حساب آخر

وفي اليوم الوطني، الجمهور لا يبحث عن تصاميم فقط، بل عن مقطع يُلامسه، يفرّحه، أو يشعّره بالانتماء

الفيديو هو الأعلى تأثيرًا... والأكثر عائداً

بحسب تقرير "First Growth" لعام 2024

المشاريع التي استخدمت الفيديو القصير ضمن حملاتها الوطنية، سجلت ارتفاعاً في معدل التفاعل
"مقارنة بالتصاميم الثابتة بمقدار +62%، ومعدل حفظ ومشاركة أعلى بـ 3.1

الفيديو لم يعد خياراً تجميليّاً، بل أداة تحويل، وقناة إقناع، ولحظة إحساس

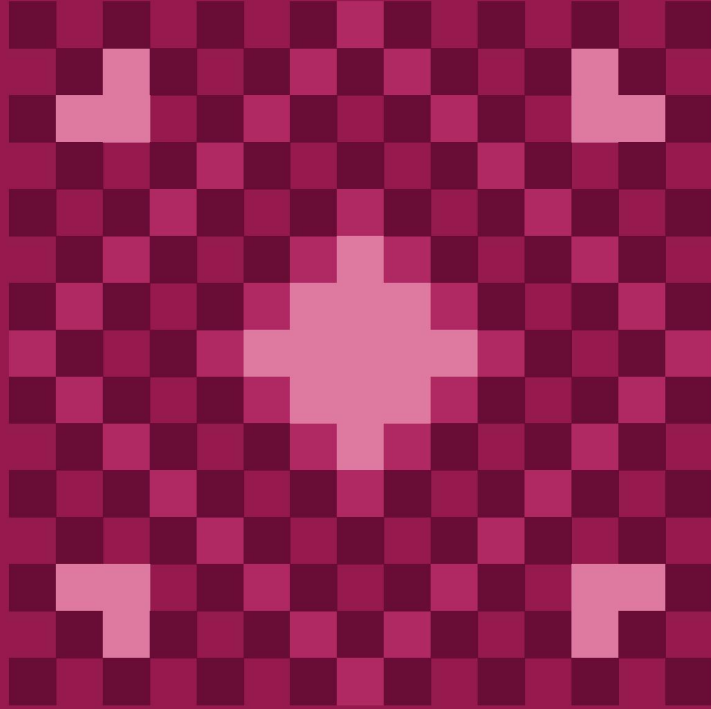


كيف تُنتج لك "رواد" فيديو يليق بك؟

في رواد، الفيديو ليس مهمة إنتاج... بل جزء من الخطة

- نبدأ من هدفك: ترويج؟ إلهام؟ قصة؟ عرض؟
- نكتب السكريبت/السيناريو بلغة جمهورك
- نصور بجودة احترافية أو عن بعد حسب قدراتك
- نمنتج المقطع بشكل سريع، بمدة قصيرة (15-30 ثانية) تلائم المنصات
- نوزعه في الخطة الإعلانية أو المحتوى للجدول للحملة

مع "رواد"، لا ننتج لك فيديو... بل نُصمم محتوى يتحرك بقلب جمهورك، ويقوده نحوك



باقعة المناسبات من رواد

لأن النجاح في اليوم الوطني لا يُصنع من عنصر واحد... بل من حملة كاملة تُبنى باحتراف

بعد كل ما استعرضناه – من هوية بصرية لا تُحسّن، إلى عروض لا تُفهم، إلى محتوى لا يُشارك – تبين أن أغلب المشاريع لا تفتقر للأفكار... بل للتنفيذ المتكامل

هنا يأتي دور باقعة المناسبات من رواد - حلّ شامل صُمم خصيصًا لرواد الأعمال وأصحاب المشاريع
يجمع بين

الهوية
الرقمية

الحمالات
المدفوعة

الفيديو

المحتوى

التصميم

التخطيط

ابدأ اليوم، قبل أن تبدأ الضجة

ودع "رواد" تبني لك حملتك... وتروي قصة مشروعك كما تستحق أن تُروى

تواصل معنا اليوم... واحتفل بوطنك كما يليق بمشروعك

وخصوماتنا
تصل لـ
٣٥ %

التسويق والفيديوهات
حضورك يعكس فزعتنا

وخصوماتنا
تصل لـ
٤٠ %

المواقع من رواد
حضورك يعكس عزّنا

وخصوماتنا
تصل لـ
٣٥ %

التطبيقات والتاجر من رواد
حضورك يعكس ابتكارنا

وخصوماتنا
تصل لـ
٣٥ %

البروفایل التعريفي
حضورك يعكس جودنا

وخصوماتنا
تصل لـ
٣٥ %

الهويات والشعارات
حضورك يعكس أصالتنا

وخصوماتنا
تصل لـ
٣٥ %

السيو من رواد
حضورك يعكس طموحنا



رواد شريك نجاح