



**Comprehensive Marketing & Communication  
Strategy – 2026**

# TABLE OF CONTENTS



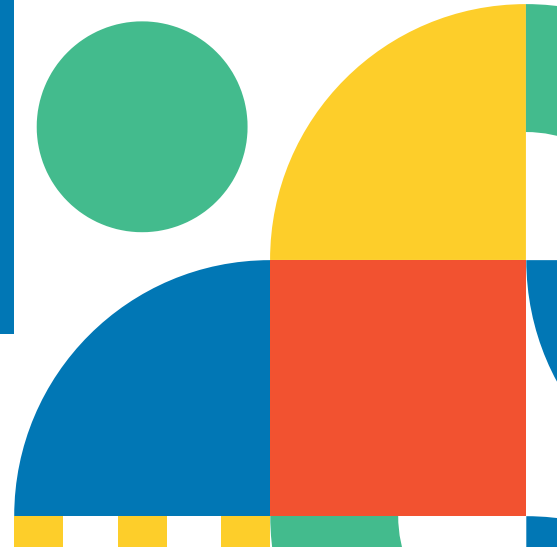
- introduction
- Vision and mission
- Market Analysis
- SWOT
- Strategic Objectives
- Target audience
- User journey
- Marketing Strategy
- Content Plan
- Channels Strategy
- Training Plan
- Budget Estimate
- KPIS

# INTRODUCTION

منصة انطلاق تمثل أول بنية  
تحتية رقمية مخصصة للتوظيف  
في ليبيا.

تهدف هذه الخطة إلى بناء  
حضور قوي، خلق ثقة،  
استقطاب باحثين، وإقناع  
الشركات باستخدام المنصة من  
خلال استراتيجية شاملة تعتمد  
على:

- تفعيل رقمي + ميداني
- شراكات مؤسسية
- برامج تدريب
- ملتقيات توظيف
- حملات تسويقية قوية
- خطة تشغيل واضحة



# VISION AND MISSION

## VISION

أن تصبح منصة انطلاق المعيار الوطني للتوظيف الرقمي في ليبيا.

## MISSION

تمكين الشباب الليبي من الوصول لفرص عمل حقيقية عبر منصة موثوقة تجمع بين التقييم والتدريب والتوظيف والمتابعة.



# MARKET ANALYSIS

- السوق الليبي يعاني من فوضى في القنوات
- اعتماد غير صحي على مجموعات فيسبوك
- منصات محلية غير ناضجة
- ضعف الثقة وغياب التحقق
- طلب مرتفع على التوظيف
- نمو قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة
- غياب HR متخصص داخل الشركات

# SWOT

- قوة: منهجية كاملة – إدارة مستقلة
- بيانات سوق العمل
- ضعف: اعتماد على الشركاء – الحاجة لموارد تشغيلية
- فرص: غياب منافس محترف – فجوة واضحة – إمكانية أن تصبح جهة مرجعية
- ⚠️ تهديدات: عدم استقرار سوق العمل – ضعف الثقافة الرقمية – منافسة غير مباشرة

# STRATEGIC OBJECTIVES

- خلال 12 شهر:
- Awareness
- Reach 50,000
- 20,000 متابع عبر القنوات
- +40 ظهور إعلامي

- Acquisition
- 5,000 باحث عن عمل
- 150 شركة
- CV 5000

- Conversion
- 200 توظيف فعلي
- 25 برنامج تدريبي
- 3 ملتقيات توظيف

- Institutional Value
- 10 شراكات محلية
- 5 شراكات دولية
- تقارير ربع سنوية عن سوق العمل

# STRATEGIC OBJECTIVES

الشهر	الأهداف التفصيلية (Awareness -	الأنشطة الأساسية	الشهرية KPIs
الشهر الأول	- Reach: 5,000 - متابع - 1,000 300	- حملة Awareness - Reels - افتتاحية	- CTR ≥ 20% - نمو - 2.5%
الشهر الثاني	- Reach: 6,000 - مستخدم - 400 12	- حملة "سجل الآن" - - CV محتوى	- فتح الإيميل ≤ 18% - - قصص نجاح 2
الشهر الثالث	- مستخدم - 600 15 - CV شركة - 600	- حملة "فرص حقيقية - - فقط" - زيارات	- Completion ≥ - 70% - 20 Lead
الشهر الرابع	- مستخدم - 800 20 - CV شركة - 700	- حملة "وظيفتك - - Reels - "توصل ليك	- Matching ≥ 40 - - Engagement ≥ 7%
الشهر الخامس	- مستخدم - 500 15 - CV شركة - 800	- حملة تدريب - - تعليمي TikTok	- Conversion ≥ - 10% - Leads ≥ 50
الشهر السادس	- مستخدم - 700 15 - CV شركة - 1,000	- حملة "درّب... - - نوّظفك" - 2	- Job Matches ≥ - 30 - CAC ≤ 7 LYD
الشهر السابع	- مستخدم - 400 10 - CV شركات - 600	- محتوى صيفي - - حملة "قبل العودة	- Retention ≥ 25%
الشهر الثامن	- مستخدم - 600 15 - CV شركة - 800	- Back-to-Work - Campaign - زيارات	- Leads ≥ 40 - - Clicks ≥ 2,000
الشهر التاسع	- مستخدم - 1,000 - CV 20 شركة - 1,200	- Job - حملة ضخمة - - Fair كبير - شراكات	- حضور ≤ 600 - - وظائف منشورة ≤ 120
الشهر العاشر	- مستخدم - 700 20 - CV شركة - 900	- حملة "وظّف في 7 - - Testimonials - "أيام	- Conversion ≥ - 12% - Deals ≥ 5
الشهر الحادي عشر	- مستخدم - 500 12 - CV شركة - 700	- Black Month حملة - - Email Campaign	- متدرب 300 - - Leads ≥ 35
الشهر الثاني عشر	- مستخدم - 500 10 - CV شركات - 600	- حملة نهاية السنة - - تجميع بيانات السنة	- Retention ≥ 30% - توظيف ≤ 20

# TARGET AUDIENCE

المنصة	الرسالة الرئيسية	القناة المفضلة	الوصف	الشريحة
موقع ومنصة "انطلاق" لتسجيل السير الذاتية والبحث عن وظائف	ابدأ مسارك المهني مع "فرص تدريب ووظائف مناسبة"	LinkedIn, Instagram, TikTok	سنة، يبحثون عن 20-25 وظائف أولى	خريجي الجامعات حديثاً
المنصة للبحث عن الوظائف المتقدمة والتقديم المباشر	حسن مهاراتك وانتقل "للووظيفة المناسبة لك"	LinkedIn, Facebook	سنة، يبحثون عن 25-35 نمو وظيفي	الباحثون عن تغيير وظيفة
المنصة للوصول للدورات التدريبية والتسجيل فيها	طور مهاراتك مع برامج "تدريبية معتمدة"	Instagram, YouTube, Email	سنة، يحتاجون 20-40 لدورات لتطوير مهاراتهم	الباحثون عن تدريب
المنصة لنشر الوظائف واستقبال طلبات التوظيف وإدارة	نساعدك توظف "الكفاءات المناسبة بسرعة وفعالية"	LinkedIn, Email, Direct Outreach	يبحثون عن توظيف كفاءات جاهزة	الشركات وأصحاب الأعمال

# USER JOURNEY

## JOURNEY الباحث عن عمل

→ Awareness → Registration •  
→ Assessment → Training  
→ Matching → Interview  
Placement → Follow-up

## JOURNEY الشركة:

Awareness → Signup → Job •  
→ Posting → Filtering  
→ Interviews → Hiring  
Reporting

# MARKETING STRATEGY

## MARKETING OBJECTIVES

- زيادة الوعي بالمنصة بين الباحثين عن عمل والشركات.
- جذب عدد أكبر من الباحثين عن عمل المسجلين على المنصة.
- جذب الشركات التي تحتاج توظيف سريع وفعال.
- بناء سمعة قوية لمنصة "انطلاق" كأداة موثوقة للتوظيف والتدريب.



# MARKETING STRATEGY

## CONTENT STRATEGY

- تعليمي: نصائح وظيفية، كيفية كتابة CV، التحضير للمقابلات.
- ترويجي: إعلانات عن فرص العمل الجديدة، عروض الدورات التدريبية.
- قصص نجاح: تسليط الضوء على الأشخاص الذين وجدوا وظائف عبر المنصة.
- تفاعلي: مسابقات، استبيانات، Q&A على LinkedIn و Instagram.

# MARKETING STRATEGY

## CAMPAIGNS

- حملة التسجيل الأولى: "سجل على منصة انطلاق الآن وابدأ مسارك المهني."
- حملة الشركات: "وظف أسرع وأفضل الكفاءات مع منصة انطلاق."
- حملة التدريب والتطوير: "طور مهاراتك مع برامج معتمدة وفرص حقيقية."
- حملة قصص النجاح: مشاركة قصص حقيقية لمستخدمين استفادوا من المنصة

# MARKETING STRATEGY

## CAMPAIGNS

- حملة 1 – "خدمة بدل فوضى الفيسبوك"
- حملة 2 – "وظيفتك توصل ليك"
- حملة 3 – "فرص حقيقية فقط"
- حملة 4 – "درّب... نوظفك"
- حملة 5 – "ملتقى انطلاق للتوظيف"



# MARKETING STRATEGY

## CAMPAIGNS

رقم الحملة	اسم الحملة	الهدف	الجمهور المستهدف	القناة	الرسالة الرئيسية
1	خدمة بدل فوضى الفيسبوك	جذب الباحثين عن وظائف بطريقة منظمة	خريجي الجامعات، الباحثين عن عمل	Facebook, Instagram, منصة	“خلص من فوضى الفيسبوك... كل
2	وظيفتك توصل ليك	تسهيل وصول الوظائف المناسبة	الباحثون عن وظيفة، تغيير مسار مهني،	LinkedIn, Email, منصة “انطلاق”	“الوظائف المناسبة” توصل لك مباشرة... ما
3	فرص حقيقية فقط	بناء الثقة وإظهار أن كل الوظائف على	جميع الباحثين عن عمل	Instagram, LinkedIn, منصة	“فرص حقيقية فقط، بدون إعلانات مضللة
4	درّب... نوظفك	تشجيع المهتمين بالتدريب على	الباحثون عن تدريب وتطوير مهني	YouTube, Instagram, Email,	“درّب مهاراتك... ونوصلك للوظيفة
5	ملتقى انطلاق للتوظيف	إقامة فعالية مباشرة للتوظيف والتواصل	الباحثون عن عمل، الشركات	LinkedIn, Facebook, منصة	“شارك في ملتقى انطلاق... فرصتك للقاء

# MARKETING STRATEGY

## PARTNERSHIPS

- الجامعات والمعاهد لترويج المنصة بين الخريجين.
- مراكز التدريب لتقديم برامج مشتركة.
- الشركات والمؤسسات لتوفير فرص توظيف مباشرة عبر المنصة



# MARKETING STRATEGY

## CHANNEL STRATEGY

الشريحة	القناة الرقمية	التكتيك
خريجي الجامعات حديثًا	Instagram, TikTok, LinkedIn	- محتوى فيديو قصير - عن قصص نجاح.
الباحثون عن تغيير وظيفة	LinkedIn, Facebook	- مقالات/بوستات حول - تطوير المسار المهني.
الباحثون عن تدريب	Instagram, YouTube, Email	- عروض دورات تدريبية - قصيرة ومجانية.
الشركات وأصحاب الأعمال	LinkedIn, Email, Direct Outreach	- نشر فرص العمل على - المنصة B2B. - محتوى



# MARKETING STRATEGY

## COMBINATION OF:

- Awareness •
  - Acquisition •
  - Conversion •
  - Retention •
  - Corporate Outreach •
  - Partnerships •
  - Community Building •
- 



# CONTENT PLAN

## CONTENT TYPES:

- قصص نجاح
- نشر وظائف
- فيديوهات تعليمية
- ورش قصيرة
- Data Reports
- Behind the Scenes
- تغطيات الفعاليات

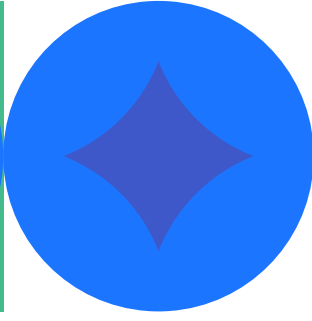


# CONTENT PLAN

## TABLE OF CONTENT:

- 3 بوستات أسبوعيًا
- Reels 2
- Case Study 1
- 1 تقرير شهري



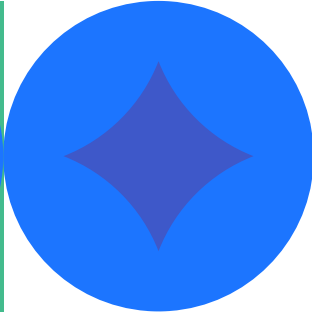


# CHANNELS STRATEGY

## ACTIVATION PROGRAMS

- 1 - ملتقى التوظيف
- 2 - المشاركة في ملتقيات خارجية
- 3 - زيارات الشركات (2أسبوعيًا)
- 4 - برامج تدريب
- 5 - Days in Universities





# TRAINING PLAN

- Customer Service
- Sales
- Office Admin
- Accounting Basics
- Digital Skills

• % من كل برنامج يذهب  
للتوظيف مباشرة.



# BUDGET ESTIMATE

البند	التفاصيل / العناصر	الملاحظات
<b>البنية التحتية والتقنية للمنصة</b>	تطوير وصيانة المنصة - الرقمية - استضافة	لضمان سير العمل المستمر والتشغيل
<b>الموارد البشرية</b>	مديرة مشروع - - مسؤولة تواصل -	حالياً شخصين فقط، لكن الجدول يوضح
<b>التسويق والتواصل</b>	إدارة وسائل التواصل - الاجتماعي - إنتاج	تغطية الحملات الرقمية بشكل عام
<b>المعدات والأدوات الميدانية</b>	هواتف ذكية للتواصل - Business Cards -	تسهيل العمل اليومي والتواصل مع الشركات
<b>الشراكات والفعاليات</b>	شراكات مع الجامعات - والمعاهد والشركات -	لبناء شبكة علاقات قوية وزيادة فرص التوظيف
<b>التطوير المستقبلي والاحتياطي</b>	إضافة ميزات جديدة - للمنصة - تحسين تجربة	لضمان استمرارية المشروع وتوسعه
<b>الإدارة والعمليات</b>	أدوات إدارة المشاريع - (Trello, Asana...) -	لضمان سير العمل اليومي بفعالية

# PLATFORM PERFORMANCE KPIS

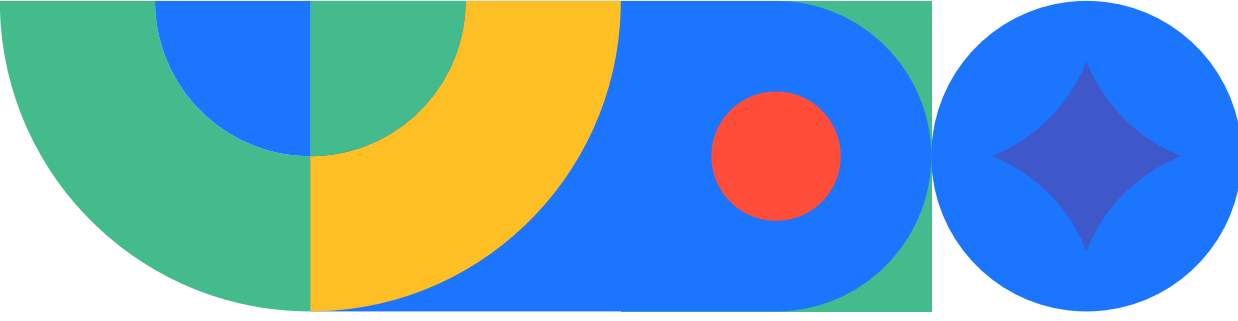
KPI	الوصف	الهدف
عدد المستخدمين المسجلين	عدد الباحثين عن عمل المسجلين شهرياً	نمو شهري ثابت
عدد الشركات المسجلة	عدد الشركات التي تستخدم المنصة لنشر	زيادة الشراكات
عدد الوظائف المنشورة	كل وظيفة جديدة يتم نشرها عبر المنصة	زيادة فرص العمل المتاحة
عدد الطلبات المقدمة	إجمالي التقديمات على الوظائف عبر المنصة	رفع معدّل الاستخدام
معدل التحويل (Conversion Rate)	من زيارات المنصة → إلى مستخدمين	تحسين فعالية المنصة
معدل الاحتفاظ (Retention Rate)	قدرة المنصة على إبقاء المستخدمين نشيطين	تقليل المغادرة
مدة الجلسة (Session Time)	متوسط الوقت الذي يقضيه المستخدم	قياس جودة التجربة

# MARKETING & COMMUNICATION KPIS

KPI	الوصف	الهدف
معدل التفاعل (Engagement Rate)	لايكات + تعليقات + مشاركات	بناء مجتمع نشط
الوصول (Reach)	عدد الأشخاص الذين شاهدوا المحتوى	زيادة الوعي بالمنصة
معدّل النقر (CTR)	نسبة النقر على الإعلانات أو الروابط	قياس فعالية المحتوى
تكلفة الحصول على مستخدم (CAC)	تكلفة جذب مستخدم جديد	خفض التكلفة
عدد الرسائل والاستفسارات	عدد الطلبات التي تصلك عبر السوشيال أو	قياس الاهتمام
نمو المتابعين	زيادة عدد المتابعين شهرياً	توسّع العلامة

# OPERATIONAL KPIS

KPI	الوصف	الهدف
سرعة الرد على الاستفسارات	المدة الزمنية للرد على الباحثين أو الشركات	ساعة 24 ≤
عدد الشراكات الجديدة	مع الجامعات، المعاهد، الشركات	نمو شهري
نسبة إتمام المقابلات	عدد المقابلات التي تتم عبر المنصة	نجاح التوظيف
عدد حالات التوظيف	كم شخص تم توظيفه عبر المنصة	أكبر مقياس للنجاح
جودة البيانات	دقة السير الذاتية والوظائف	رفع جودة النظام



# TRAINING KPIS

KPI	الوصف	الهدف
عدد المتدربين	المسجلين في برامج التدريب	رفع المهارات
نسبة إتمام التدريب	عدد الذين أكملوا البرنامج	قياس فعالية التدريب
توظيف ما بعد التدريب	كم شخص تم توظيفه بعد التدريب	درب... نوظفك "نجاح"



# RISK MITIGATION PLAN

الخطر	الوصف	الحلول (Risk Mitigation Actions)
ضعف الثقة	بعض الباحثين عن عمل والشركات قد	نشر قصص نجاح حقيقية بشكل دوري. - التحقق من كل الشركات قبل قبول نشر الوظائف. - حملة
مقاومة الشركات	شركات قد ترفض التعامل مع منصة	مستهدفة توضيح B2B حملات - الفوائد. - تقديم فترة استخدام مجانية أو مزايا عند التسجيل. -
ضعف الثقافة الرقمية	بعض الفئات ليست معتادة على المنصات	فيديوهات تعليمية - بسيطة "كيف تستخدم
عدم استقرار السوق	تغيرات اقتصادية أو سياسية قد تؤثر على	تنويع الجمهور - المستهدف (خريجين،
قلة الموارد البشرية (حاليًا)	الفريق صغير: مديرة مشروع + مسؤولية	وضع أولويات واضحة - للمهام. - استخدام
منافسة منصات أخرى	وجود منصات مشابهة قد يقلل من حصة	تقديم ميزات متنوعة ومميزة - (...تقييم مهارات، CV Builder). - تجربة مستخدم سهلة وسريعة. -