

الأهداف السنوية التسويقية للعلامة التجارية SMART Goals

الحرف	المعنى	الشرح
S	(Specific) محدد	تحديد الهدف بصياغة واضحة ومحددة
M	(Measurable) قابل للقياس	تحديد معايير لقياس الهدف
A	(Achievable) قابل للتحقيق	إجراءات وخطوات واضحة لتحقيق الهدف
R	(Relevant) مرتبط بالعلامة التجارية	علاقة الهدف المباشرة بالعلامة التجارية
T	(Time-bound) محدد بزمن	الجدول الزمني لتحقيق الهدف

يمثل هذا الهدف نموذجًا فعليًا لأحد عملاء ساعف، وقد تم إعداده وبنائه استنادًا إلى بيانات العلامة التجارية ومؤشرات أدائها ومستهدفاتها خلال فترة العمل، وانطلاقًا من التزام ساعف التام بمبادئ السرية المهنية وحماية بيانات عملائها، فقد تم حجب وشطب جميع المعلومات والدلالات التي قد تكشف عن هوية العميل، بما في ذلك اسم العلامة التجارية وشعارها وأي بيانات تعريفية أو معلومات يمكن من خلالها الاستدلال عليها، مع الإبقاء فقط على البيانات اللازمة لعرض منهجية بناء الهدف وآلية قياسه.

ويُعرض هذا النموذج لأغراض استعراض المنهجية والتجربة العملية لساعف في بناء وإدارة الأهداف التسويقية، دون الإفصاح عن أي معلومات سرية أو خاصة بالعميل.

ساعف تود التنويه بأن تقديم هذه الخطة لا يعني بأي حال من الأحوال ضمان تحقيق الأهداف السنوية المذكورة، إذ تعتمد النتائج على عوامل خارجة عن نطاق سيطرتها كالتغيرات السوقية، ومدى التزام العميل بالتوصيات والخطط التشغيلية. كما نؤكد أن ساعف لا تتحمل أي التزام قانوني مباشر أو تعويض مالي ناتج عن عدم تحقيق الأهداف الموضوعة.



الهدف السنوي التسويقي للعلامة التجارية

نص الهدف السنوي الأساسي:

ينص الهدف على رفع اجمالي مبيعات فروع ***** الى 1,400,000 ريال شهريًا، مع رفع نسبة مبيعات تطبيقات التوصيل الى متوسط 20% لجميع التطبيقات، بالإضافة الى بذل جهود تشغيلية لرفع عدد مراجعات وتقييمات خرائط جوجل لفروع ***** وذلك قبل حلول ٣٠ يونيو من سنة ٢٠٢٦.

هدف فرعي: رفع متوسط التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة لا تقل عن ٥٠٪ عن متوسط التفاعل خلال سنة ٢٠٢٥ وذلك قبل حلول ٣٠ يونيو من سنة ٢٠٢٦.

تجزئ الهدف الى أجزاء ابسط:

الرقم	تجزئ الهدف الى ٤ مراحل	الفترة المستهدفة لتحقيق الجزء
1	تحقيق 920,000 قبل حلول ٣٠ سبتمبر	يوليو – سبتمبر ٢٠٢٥
2	تحقيق 1,104,000 قبل حلول ٣١ ديسمبر	أكتوبر – ديسمبر ٢٠٢٥
3	تحقيق 1,250,000 قبل حلول ٣١ مارس	يناير – مارس ٢٠٢٦
4	تحقيق 1,400,000 قبل حلول ٣٠ يونيو	ابريل – يونيو ٢٠٢٦

ساعف تود التنويه بأن تقديم هذه الخطة لا يعني بأي حال من الأحوال ضمان تحقيق الأهداف السنوية المذكورة، إذ تعتمد النتائج على عوامل خارجة عن نطاق سيطرتها كالتغيرات السوقية، ومدى التزام العميل بالتوصيات والخطط التشغيلية. كما نؤكد أن ساعف لا تتحمل أي التزام قانوني مباشر أو تعويض مالي ناتج عن عدم تحقيق الأهداف الموضوعة.



الهدف رقم (١)

وصف الهدف تفصيلاً																	
ينص الهدف على رفع اجمالي مبيعات فروع ***** الى 1,400,000 ريال شهرياً، مع رفع نسبة مبيعات تطبيقات التوصيل الى متوسط 20% لجميع التطبيقات، بالإضافة الى بذل جهود تشغيلية لرفع عدد مراجعات وتقييمات خرائط جوجل لفروع ***** وذلك قبل حلول ٣٠ يونيو من سنة ٢٠٢٦.																	
مؤشر الأداء للهدف																	
• نمو ربع سنوي للمبيعات لا يقل عن 20% في الربع الأول من فترة الهدف • نمو ربع سنوي للمبيعات لا يقل عن 20% في الربع الثاني من فترة الهدف • نمو ربع سنوي للمبيعات لا يقل عن 13.22% في الربع الثالث من فترة الهدف • نمو ربع سنوي للمبيعات لا يقل عن 12% في الربع الثاني من فترة الهدف																	
علاقته بالعلامة التجارية																	
البحث والتطوير والتسويق للعلامة التجارية																	
الوضع الراهن للهدف																	
آخر متوسط إجمالي مبيعات تم تحقيقه خلال ٦ شهور ماضية (766,997 ريال) نسبة النمو المطلوبة: 82.6% الهدف الجديد: متوسط إجمالي مبيعات 1,400,000 شهرياً <table> <tr> <th>الربع السنوي</th><th>أقل هدف مطلوب تحقيقه كل ربع سنة</th><th>ملاحظات</th></tr> <tr> <td>يوليو – سبتمبر ٢٠٢٥</td><td>920,000</td><td>قد نواجه صعوبة في تحقيق هذا الهدف في هذه المرحلة لأنها تعتبر مرحلة البداية التأسيسية</td></tr> <tr> <td>أكتوبر – ديسمبر ٢٠٢٥</td><td>1,104,000</td><td>لا يوجد</td></tr> <tr> <td>يناير – مارس ٢٠٢٦</td><td>1,250,000</td><td>لا يوجد</td></tr> <tr> <td>ابريل – يونيو ٢٠٢٦</td><td>1,400,000</td><td>لا يوجد</td></tr> </table>			الربع السنوي	أقل هدف مطلوب تحقيقه كل ربع سنة	ملاحظات	يوليو – سبتمبر ٢٠٢٥	920,000	قد نواجه صعوبة في تحقيق هذا الهدف في هذه المرحلة لأنها تعتبر مرحلة البداية التأسيسية	أكتوبر – ديسمبر ٢٠٢٥	1,104,000	لا يوجد	يناير – مارس ٢٠٢٦	1,250,000	لا يوجد	ابريل – يونيو ٢٠٢٦	1,400,000	لا يوجد
الربع السنوي	أقل هدف مطلوب تحقيقه كل ربع سنة	ملاحظات															
يوليو – سبتمبر ٢٠٢٥	920,000	قد نواجه صعوبة في تحقيق هذا الهدف في هذه المرحلة لأنها تعتبر مرحلة البداية التأسيسية															
أكتوبر – ديسمبر ٢٠٢٥	1,104,000	لا يوجد															
يناير – مارس ٢٠٢٦	1,250,000	لا يوجد															
ابريل – يونيو ٢٠٢٦	1,400,000	لا يوجد															
تاريخ وضع الهدف																	
20/2/2026																	

ساعف تود التنويه بأن تقديم هذه الخطة لا يعني بأي حال من الأحوال ضمان تحقيق الأهداف السنوية المذكورة، إذ تعتمد النتائج على عوامل خارجة عن نطاق سيطرتها كالتغيرات السوقية، ومدى التزام العميل بالتوصيات والخطة التشغيلية. كما نؤكد أن ساعف لا تتحمل أي التزام قانوني مباشر أو تعويض مالي ناتج عن عدم تحقيق الأهداف الموضوعة.



فترة الهدف				
سنوي				
الرقم	إجراء تحقيق الهدف	نوع الإجراء	تاريخ التنفيذ	ملاحظات
١	اعداد وتحسين الجزء التعريفي عن العلامة التجارية في منصات مواقع التواصل الاجتماعي ويشمل تحسين الهياكل و بروفایل رقمي عن تاريخ العلامة التجارية واهم عملاؤها ومنتجاتها وكافة منصاتها الرقمية وموقع الفرع وساعات عمله	تسويقي	٥ مارس ٢٠٢٦	لا يوجد
٢	اعداد رسائل رد آلي بصياغة احترافية لمسؤول الرد على العملاء من خلال جوجل ماب حسب طبيعة المراجعة	تسويقي	٥ مارس ٢٠٢٦	لا يوجد
٣	خطة محتوى احترافية تعكس توجه العلامة التجارية، بمتوسط ١٢ منشور احترافي شهريًا مع الحرص على ابراز وتعزيز ثقافة التجربة التي سيعيشها العميل داخل الفرع بشئ تفصيلها	تسويقي	١٠ مارس ٢٠٢٦	لا يوجد
٣	مقترح تطويري لتحسين تجربة العميل داخل المتجر الإلكتروني والمضى خطوة بخطوة مع فريق إدارة المتجر للوصول الى افضل تجربة للعميل واعلى فرصة لتحقيق مبيعات من خلاله	تشغيلي - تسويقي	١٥ مارس ٢٠٢٦	لا يوجد
٤	اطلاق برنامج لولاء العملاء نهدف من خلال النقاط التحفيزية والمكافآت ان نكون الخيار اليومي المفضل لعملائنا	تشغيلي	١ ابريل ٢٠٢٦	لا يوجد
٥	اعداد ملف حملة الصيف ٢٠٢٦	تسويقي	٢٠ يونيو ٢٠٢٦	لا يوجد
٦	إطلاق مؤثرين شهر مارس ٢٠٢٦ بميزانية ٢٠ ألف ريال	تسويقي	٢٠ مارس ٢٠٢٦	لا يوجد
٧	إطلاق مؤثرين شهر ابريل ٢٠٢٦ بميزانية ٢٠ ألف ريال	تسويقي	٢٠ ابريل ٢٠٢٦	لا يوجد
٨	إطلاق مؤثرين شهر مايو ٢٠٢٦ بميزانية ٢٠ ألف ريال	تسويقي	٢٠ مايو ٢٠٢٦	لا يوجد
٩	إطلاق مؤثرين شهر يونيو ٢٠٢٦ بميزانية ٢٠ ألف ريال	تسويقي	٢٠ يونيو ٢٠٢٦	لا يوجد
١٠	إطلاق مؤثرين شهر يوليو ٢٠٢٦ بميزانية ٢٠ ألف ريال	تسويقي	٢٠ يوليو ٢٠٢٦	لا يوجد

ساعف تؤدّ التنويه بأن تقديم هذه الخطة لا يعني بأي حال من الأحوال ضمان تحقيق الأهداف السنوية المذكورة، إذ تعتمد النتائج على عوامل خارجة عن نطاق سيطرتها كالتغيرات السوقية، ومدى التزام العميل بالتوصيات والخطط التشغيلية. كما نؤكد أن ساعف لا تتحمل أي التزام قانوني مباشر أو تعويض مالي ناتج عن عدم تحقيق الأهداف الموضوعة.



١١	إطلاق مؤثرين شهر اغسطس ٢٠٢٦ بميزانية ٢٠ ألف ريال	تسويقي	٢٠ أغسطس ٢٠٢٦	لا يوجد
١٢	إطلاق مؤثرين شهر سبتمبر ٢٠٢٦ بميزانية ٢٠ ألف ريال	تسويقي	٢٠ سبتمبر ٢٠٢٦	لا يوجد
١٣	إطلاق مؤثرين شهر اكتوبر ٢٠٢٦ بميزانية ٢٠ ألف ريال	تسويقي	٢٠ أكتوبر ٢٠٢٦	لا يوجد
١٤	إطلاق مؤثرين شهر نوفمبر ٢٠٢٦ بميزانية ٢٠ ألف ريال	تسويقي	٢٠ نوفمبر ٢٠٢٦	لا يوجد
١٥	إطلاق مؤثرين شهر ديسمبر ٢٠٢٦ بميزانية ٢٠ ألف ريال	تسويقي	٢٠ نوفمبر ٢٠٢٦	لا يوجد
١٦	إطلاق مؤثرين شهر يناير ٢٠٢٧ بميزانية ٢٠ ألف ريال	تسويقي	٢٠ نوفمبر ٢٠٢٦	لا يوجد
١٧	إطلاق مؤثرين شهر فبراير ٢٠٢٧ بميزانية ٢٠ ألف ريال	تسويقي	٢٠ نوفمبر ٢٠٢٦	لا يوجد
١٨	إطلاق حملة ممولة شهر مارس ٢٠٢٦ بميزانية ٦٩٥٦.٥ ريال	تسويقي	٢٠ مارس ٢٠٢٦	لا يوجد
١٩	إطلاق حملة ممولة شهر ابريل ٢٠٢٦ بميزانية ٦٩٥٦.٥ ريال	تسويقي	٢٠ ابريل ٢٠٢٦	لا يوجد
٢٠	إطلاق حملة ممولة شهر مايو ٢٠٢٦ بميزانية ٦٩٥٦.٥ ريال	تسويقي	٢٠ مايو ٢٠٢٦	لا يوجد
٢١	إطلاق حملة ممولة شهر يونيو ٢٠٢٦ بميزانية ٦٩٥٦.٥ ريال	تسويقي	٢٠ يونيو ٢٠٢٦	لا يوجد
٢٢	إطلاق حملة ممولة شهر يوليو ٢٠٢٦ بميزانية ٦٩٥٦.٥ ريال	تسويقي	٢٠ يوليو ٢٠٢٦	لا يوجد

ساعف تودّ التنويه بأن تقديم هذه الخطة لا يعني بأي حال من الأحوال ضمان تحقيق الأهداف السنوية المذكورة، إذ تعتمد النتائج على عوامل خارجة عن نطاق سيطرتها كالتغيرات السوقية، ومدى التزام العميل بالتوصيات والخطط التشغيلية. كما نؤكد أن ساعف لا تتحمل أي التزام قانوني مباشر أو تعويض مالي ناتج عن عدم تحقيق الأهداف الموضوعة.



٢٣	إطلاق حملة ممولة شهر اغسطس ٢٠٢٦ بميزانية ٦٩٥٦.٥ ريال	تسويقي	٢٠ أغسطس ٢٠٢٦	لا يوجد
٢٤	إطلاق حملة ممولة شهر سبتمبر ٢٠٢٦ بميزانية ٦٩٥٦.٥ ريال	تسويقي	٢٠ سبتمبر ٢٠٢٦	لا يوجد
٢٥	إطلاق حملة ممولة شهر اكتوبر ٢٠٢٦ بميزانية ٦٩٥٦.٥ ريال	تسويقي	٢٠ أكتوبر ٢٠٢٦	لا يوجد
٢٦	إطلاق حملة ممولة شهر نوفمبر ٢٠٢٦ بميزانية ٦٩٥٦.٥ ريال	تسويقي	٢٠ نوفمبر ٢٠٢٦	لا يوجد
٢٧	إطلاق حملة ممولة شهر ديسمبر ٢٠٢٦ بميزانية ٦٩٥٦.٥ ريال	تسويقي	٢٠ نوفمبر ٢٠٢٦	لا يوجد
٢٨	إطلاق حملة ممولة شهر يناير ٢٠٢٧ بميزانية ٦٩٥٦.٥ ريال	تسويقي	٢٠ نوفمبر ٢٠٢٦	لا يوجد
٢٩	إطلاق حملة ممولة شهر فبراير ٢٠٢٧ بميزانية ٦٩٥٦.٥ ريال	تسويقي	٢٠ نوفمبر ٢٠٢٦	لا يوجد
٣٠	حملة ثقافة التجربة المختلفة داخل الفرع (بناء على طلب العميل)	تسويقي	لا يوجد تاريخ محدد	يجب ان تنطلق الحملة بعد مرور ٣ شهور على الأقل من انطلاق الخطة لجاهزية المنصات وقوة الوصول
٣١	حملة المنتج الواحد (بناء على طلب العميل)	تسويقي	لا يوجد تاريخ محدد	يخضع هذا البند للتقييم المسبق والوضع الراهن للعلامة آنذاك

ساعف تؤدّ التنويه بأن تقديم هذه الخطة لا يعني بأي حال من الأحوال ضمان تحقيق الأهداف السنوية المذكورة، إذ تعتمد النتائج على عوامل خارجة عن نطاق سيطرتها كالتغيرات السوقية، ومدى التزام العميل بالتوصيات والخطط التشغيلية. كما نؤكد أن ساعف لا تتحمل أي التزام قانوني مباشر أو تعويض مالي ناتج عن عدم تحقيق الأهداف الموضوعة.



اعتماد الهدف السنوي

بناءً على ما تم دراسته ومناقشته بين ساعف للتسويق و***** وبعد الاطلاع على الهدف السنوي المقترح، ومؤشرات الأداء، والمراحل الزمنية المرتبطة به، يعتمد العميل الهدف الوارد في هذه الوثيقة، والمتمثل في الوصول بإجمالي المبيعات الشهرية إلى **1,400,000 ريال سعودي بحلول 30 يونيو 2026**، وفق المستهدفات المرحلية المحددة لكل ربع سنوي.

كما يقر العميل باعتماد الميزانية التسويقية المخصصة لدعم تحقيق الهدف، والبالغة 30,000 ريال سعودي شهرياً، على أن يتم توجيهها وفق الخطة والاستراتيجية التسويقية المعتمدة، وبما يشمل القنوات والأنشطة التسويقية التي يتم الاتفاق عليها بين الطرفين.

إقرار واعتماد العميل

أقر أنا الممثل المعتمد لعلامة ***** بأنني اطلعت على الهدف السنوي والمستهدفات المرحلية ومؤشرات الأداء والميزانية التسويقية الموضحة في هذه الوثيقة، وأوافق على اعتمادها كأساس للعمل وقياس الأداء خلال الفترة المحددة.

كما أقر بأن تحقيق المستهدفات الواردة يرتبط بعدد من العوامل المؤثرة، بما في ذلك الالتزام بالميزانية التسويقية المعتمدة، وجاهزية العمليات التشغيلية، والطاقة الاستيعابية للفروع، وجودة المنتج والخدمة، والتسعير، وتوفر المنتجات، وسرعة اعتماد وتنفيذ المبادرات التسويقية، والمتغيرات السوقية والمنافسة والعوامل الخارجة عن نطاق سيطرة ساعف.

وعليه، فإن الأرقام الواردة في الخطة تمثل مستهدفات أداء يتم العمل للوصول إليها وقياس التقدم نحوها، ولا تعد ضماناً تعاقدياً بتحقيق حجم مبيعات محدد، على أن تلتزم ساعف ببذل الجهود المهنية المتفق عليها، ومتابعة مؤشرات الأداء، وتحليل النتائج، وتقديم التوصيات والإجراءات التحسينية اللازمة خلال مدة الخطة.

الهدف النهائي المعتمد 1,400,000 ريال مبيعات شهرية

تاريخ تحقيق الهدف المستهدف 30 يونيو 2026

الميزانية التسويقية الشهرية المعتمدة 30,000 ريال

إجمالي الميزانية للفترة 360,000 ريال

مسؤول التواصل لدى العلامة	التاريخ	التوقيع والختم
أ.		

ساعف تودّ التنويه بأن تقديم هذه الخطة لا يعني بأي حال من الأحوال ضمان تحقيق الأهداف السنوية المذكورة، إذ تعتمد النتائج على عوامل خارجة عن نطاق سيطرتها كالتغيرات السوقية، ومدى التزام العميل بالتوصيات والخطط التشغيلية. كما نؤكد أن ساعف لا تتحمل أي التزام قانوني مباشر أو تعويض مالي ناتج عن عدم تحقيق الأهداف الموضوعة.

