سـويـد

للاستشارات الإدارية والتسويقية

نحدد الاتجاه ونلتزم معك بالوصول

معاً ستصل

الملف التعريفي الشامل

خبرة أكثر من 15 عاماً في خدمة نجاحك

الفهرس

1. التعريف بالشركة
2. من نخدم
3. المشاكل التي نحلها
4. معنى اسم سويد
5. نبذة عن شركة سويد
6. قصة شركة سويد
7. فكرة كيفية تكوين التاج لاين والسلوجن من (البوصلة)
8. الألوان المؤسسية ومعانيها
9. التاج لاين
10. السلوجن
11. كلمة المؤسس
12. الرؤية
13. الرسالة
14. القيم الجوهرية
15. فلسفة العمل
16. التعهدات والضمانات
17. لماذا تختار سويد
18. الرسائل التسويقية
19. الأهداف
20. مؤشرات الأداء الرئيسية
21. المؤهلات والخبرات
22. معايير الجودة والأمان في سويد
23. الخدمات التفصيلية الشاملة
24. منهجية العمل والعمليات
25. القطاعات والعملاء
26. إنجازاتنا وأرقامنا المميزة
27. التفاعل والمشاركة
28. التواصل وبدء الشراكة

القسم الأول

الهوية والأساسيات التأسيسية

استشارات استراتيجية وتسويق وتطوير أعمال—من وضوح القرار إلى تنفيذ قابل للقياس

سويد تحدد اتجاه مشروعك بالأرقام... وتنفّذ معك حتى تتحسن النتائج

الجدول الشامل الملخص لهوية سويد

التصنيف	العنصر	النص
الهوية الأساسية	**الاسم**	سويد للاستشارات الإدارية والتسويقية
	التموضع	البوصلة التي تحدد الاتجاه وتضمنلك الوصول
	معنى الاسم	اسم عائلة مصرية يرتبط بالوفاء والالتزام بالكلمة
	سنوات الخبرة	أكثر من 15 سنة
الاتجاه الاستراتيجي	**الرؤية**	أن نكون البوصلة التي يثق بها كل صاحب مشروع في مصر والوطن العربي ليصل إلى وجهته
	الرسالة	نُحدد لأصحاب المشاريع الاتجاه الصحيح، ونمشي معهم في التنفيذ حتى يصلوا لأهدافهم
	الهدف	أن نصبح الشريك الاستراتيجي الأول لأصحاب المشاريع في مصر والعالم العربي، بنمو مستدام وعملاء راضين وفريق متميز
الرسائل الرئيسية	**التاج لاين**	نحدد لك الاتجاه , ونلتزم معك بالوصول
	السلوجن	معاً ستصل
	الوعد الذهبي	لن نعدك بطريق سهل، لكننا نعدك ألا تمشيه وحدك
	الرسالة المركزية	مع سويد، الاتجاه واضح والوصول مضمون
القيم الجوهرية	**القيمة 1**	الاتجاه قبل الحركة
	القيمة 2	الوصول التزام لا وعد
	القيمة 3	الشراكة لا الخدمة
	القيمة 4	الصدق المهني
	القيمة 5	التخصيص لا النسخ
	القيمة 6	السرعة مع الحكمة
فلسفة العمل	**الفلسفة 1**	النجاح علم قبل أن يكون حظاً
	الفلسفة 2	كل مشروع له بوصلته الخاصة
	الفلسفة 3	الخطة بدون تنفيذ مجرد أمنية
	الفلسفة 4	السرعة في الاتجاه الخاطئ خسارة مضاعفة
التعهد والتمايز	**التعهد**	نتعهد أن نكون شريكاً يحدد لك الاتجاه بالبيانات، ويمشي معك في التنفيذ، ولا يتركك حتى ترى النتيجة
	لماذا تختار سويد	لأننا لا نبيع استشارات بل نضمن وصولاً: نحدد الاتجاه الصحيح من خبرة 15 سنة، ونبقى معك حتى ترى النتيجة بعينيك
السوق والعملاء	**الفئة المستهدفة**	المشاريع الصغيرة والمتوسطة في مصر والعالم العربي
	القطاعات الرئيسية	التطوير العقاري، المطاعم والأغذية، التجارة والتجزئة، الخدمات
	المشكلة التي نحلها	تشتت القرارات، إنفاق بلا عائد، التسويق بلا اتجاه
المنهج	**المنهج**	نحدد الاتجاه، نثبت الهدف، ننفذ، نقيس ونعدّل
الهوية البصرية	**اللون 1**	البنفسجي الغامق: العمق والرؤية الاستراتيجية
	اللون 2	الفوشيا: جرأة الإبداع وكسر القوالب
	اللون 3	البرتقالي: طاقة الحماس وشغف الإنجاز
	اللون 4	الرمادي الفضي: الصلابة والاحترافية
	اللون 5	الأبيض: النقاء والشفافية

1. التعريف بالشركة

- سويد للاستشارات الإدارية والتسويقية شركة متخصصة في تحويل الأفكار إلى مشروعات ناجحة، ودعم المشروعات المتعثرة لإعادتها إلى مسار النمو والربحية. نحن لا نكتفي بدور مقدم الخدمة، بل نعمل كشريك حقيقي في رحلة نجاح عملائك.
- على مدى أكثر من 15 سنة في السوق المصري والعربي، اكتسبنا فهمًا عميقًا لتحديات رواد الأعمال وأصحاب المشروعات، من المشروعات الناشئة الصغيرة وحتى الكيانات المتوسطة والكبيرة. وفي كل تجربة تعاون، أثبتنا أن النجاح ليس صدفة، بل علم وفن نُحسن ممارسته.
- نقدم حزمة حلول متكاملة تحت سقف واحد تشمل: الاستشارات الإدارية والتسويقية، والدعاية والإعلان، والتصميم، والبرمجة، وإنتاج المحتوى، وتنظيم الفعاليات. يعمل فريق سويد كوحدة واحدة بهدف واحد واضح: أن يكون كل عنصر من عناصر العمل في خدمة اتجاه واحد... نمو مشروعك ووصوله إلى مكانته الطبيعية في السوق.

2. من نخدم

من نخدم (العميل المثالي / المشكلة / المنهج)

أ) من نخدم (العميل المثالي)

نركز في عملنا على خدمة المشروعات الصغيرة والمتوسطة والشركات المتوسطة التي تسعى إلى نمو منظم وقابل للقياس، خصوصًا في قطاعات مثل:

- التطوير العقاري والأنشطة المرتبطة بالعقارات
- المطاعم والمقاهي والأنشطة الغذائية
- التجارة والتجزئة
- الشركات الخدمية التي تتعامل مباشرة مع العميل النهائي

باختصار: نخدم أصحاب المشروعات الذين لديهم نشاط قائم أو فكرة واضحة، ويبحثون عن شريك استشاري وتنفيذي يساعدهم على التوسع، أو الإنقاذ، أو إعادة توجيه المشروع في الاتجاه الصحيح.

ب) المشكلة التي نحلها (بصوت العميل)

وجود سويد موجه لأصحاب الأعمال الذين يواجهون تحديات من نوع:

- أتخذ قرارات كثيرة ولا أملك يقينًا أنني أسير في الاتجاه الصحيح.
- أصرف على التسويق، لكن لا أرى عائدًا يوازي ما أنفقه.
- جرّبت أكثر من جهة أو وكالة، وما زلت أشعر أن التسويق عندي بلا اتجاه واضح.

يمكن تلخيص ذلك في ثلاث مشكلات رئيسية:

تشتت في القرارات – إنفاق بلا عائد حقيقي – تسويق بلا اتجاه واضح.

دور سويد أن تحوّل هذه الحالة من العشوائية والحيرة إلى مسار واضح له نقطة بداية ونقطة وصول.

ج) الحل / المنهج (مرتبط بالبوصلة)

لا نعتمد على حلول جاهزة أو قرارات ارتجالية؛ بل نعمل وفق منهج واضح يشبه عمل البوصلة في توجيه الرحلة:

1. **نحدد الاتجاه**

نبدأ بدراسة مشروعك وسوقك ومنافسيك ووضعك الحالي، لنرسم صورة شاملة توضح أين تقف الآن، وما هو المسار الأنسب لك.

2. **نثبت الهدف (الشمال الحقيقي)**

نحدد أهدافًا واضحة وقابلة للقياس: ماذا تريد أن تحقق؟ في أي إطار زمني؟ وبأي موارد متاحة؟

3. **ننفّذ**

نحول الرؤية والخطة إلى خطوات عملية: استراتيجيات، حملات، محتوى، تحركات على الأرض وعبر القنوات الرقمية، ضمن جدول زمني ومسؤوليات محددة.

4. **نقيس ونعدّل المسار**

نتابع النتائج بصورة دورية، نقيس الأداء، نرصد ما ينجح وما يحتاج إلى تعديل، ثم نضبط الاتجاه أولًا بأول؛ حتى يستمر المشروع في الاقتراب من نقطة الوصول بدل الابتعاد عنها.

3. المشاكل التي نحلها

تشتت القرارات – صرف بلا عائد – تسويق بلا اتجاه

تتمحور قيمة سويد حول معالجة ثلاث مشكلات جوهرية تعاني منها معظم المشروعات:

- **تشتت القرارات** :كثرة الخيارات وقلة وضوح الاتجاه، مما يؤدي إلى قرارات متعارضة أو غير متسقة.
- **الإنفاق بلا عائد** :ميزانيات تُصرف على أنشطة تسويقية وإدارية دون مردود ملموس أو قابل للقياس.
- **التسويق بلا اتجاه** :جهود وأدوات وحملات متفرقة، لكنها لا تسير في مسار واحد يخدم هدفًا استراتيجيًا واضحًا.

مهمتنا أن نضع بوصلة واضحة لصاحب المشروع:

نقلل مساحة التخبط، نغلق منافذ الهدر، ونحوّل الجهد والميزانيات إلى خطوات محسوبة في اتجاه واحد :الوصول إلى الأهداف بأقصر طريق ممكن.

4. معنى اسم سويد

سويد ليس مجرد اسم تجاري، بل امتداد لاسم عائلة مصرية جذورها ثابتة في الأرض عبر أجيال. اسم يرتبط بقيم أصيلة مثل الشهامة، والوفاء، والالتزام بالكلمة التي لا تُنقَض.

ارتبط اسم عائلة سويد بثلاث صفات أصبحت اليوم ركائز أساسية في الشركة:

- فهم عميق لاحتياجات العميل، نستوعب ما يحتاجه من أول حديث.
- سرعة في الاستجابة والتحرك في اللحظات التي يكون فيها القرار حاسمًا.
- التزام كامل بالوعود؛ ما نقوله ننفّذه دون تردد أو تأجيل.

لذلك، عندما تتعامل مع سويد فأنت لا تتعامل مع جهة مجهولة، بل مع عائلة لها تاريخ في الوفاء وتحمل مسؤولية اسمها قبل أي شيء. وعندما نقول »معًا ستصل «أو »نحدد لك الاتجاه ونلتزم معك بالوصول«، فهذه ليست شعارات تسويقية، بل ترجمة عملية لقيم عائلة سويد في الوضوح والجدعنة والالتزام بالكلمة.

وعد سويد هو «وعد عائلة»: وضوح في الاتفاق، التزام في المواعيد، شفافية في التكلفة، ومتابعة حتى إغلاق الملف والوصول إلى النتيجة المستهدفة.

5. نبذة عن شركة سويد

مختصرة

سويد شركة استشارات استراتيجية وتسويق وتطوير أعمال بخبرة منذ 2011. نساعد الشركات على اتخاذ قرارات أدق، وبناء خطط قابلة للتنفيذ، وتحسين النتائج بالأرقام. نعمل كشريك تنفيذي: نفهم الوضع، نحدد الاتجاه، ننفّذ، ثم نقيس ونعدّل. خدماتنا تغطي الاستشارات والتسويق والبراندينج والرقمنة—بحلول تناسب السوق المحلي ومعايير احترافية.

طويلة

سويد هي شركة استشارات استراتيجية وإدارية وتسويقية تأسست عام 2011، متخصصة في مساعدة المشروعات على اختيار الاتجاه الصحيح ثم الوصول الفعلي إلى نتائج ملموسة، سواء كان المشروع في مرحلة الفكرة، أو في طور النمو، أو يمر بحالة تعثّر ويحتاج إلى إعادة توجيه.

تنطلق سويد من إرث عائلة مصرية معروفة بالوفاء والالتزام بالكلمة، وتحول هذه القيم إلى منهج عمل مهني؛ فنحن لا نكتفي بدور "مقدم خدمة"، بل نعمل كشريك حقيقي في رحلة العميل: نفهم وضعه، نحدد معه الاتجاه، نضع خارطة الطريق، ثم نرافقه في التنفيذ والمتابعة حتى الوصول.

على مدار أكثر من خمس عشرة سنة في السوق المصري والعربي، عمل فريق سويد مع طيف واسع من المشروعات؛ من شركات ناشئة صغيرة تبحث عن أول خطوة صحيحة، إلى كيانات متوسطة وكبيرة تسعى إلى نمو منظم وتموضع أقوى في السوق. في كل مرة، كان معيار النجاح واحدًا: نتائج يمكن قياسها، لا وعودًا نظرية.

تقدّم سويد حلاً متكاملًا تحت سقف واحد يشمل: الاستشارات الإدارية والتسويقية، التخطيط الاستراتيجي، إدارة الحملات الدعائية والتسويق الرقمي، بناء العلامة التجارية، والحلول التقنية والبرمجية الداعمة للنمو. هذا التكامل يضمن أن تتحرك كل عناصر العمل في اتجاه واحد واضح، بدل الجهود المتفرقة والمتعارضة.

جوهر تميّز سويد هو الجمع بين رؤية إستراتيجية عميقة وفهم واقعي للسوق المحلي، مع التزام واضح بالنتائج والشراكة. لهذا نقول بثقة إن سويد ليست مجرد شركة استشارات، بل **البوصلة** التي تساعدك على تحديد طريقك في عالم الأعمال، ثم تمشي معك حتى تصل.

6. قصة شركة سويد

بدأت 2011... لماذا... كيف أثبتنا... اليوم ماذا نعد

هل ممكن 27 وظيفة يبقوا خطة واحدة؟

هو ممكن حد يشتغل 27 شغلانة... بس الهدف يكون واحد؟

الغريب إن ده حصل. كل وظيفة كانت صفحة... وكل صفحة كانت درس... مش للرزق وبس... لكن للفهم :

السوق بيشتغل إزاي؟ الناس بتقرر إزاي؟ الإدارة بتكسب إمتى؟ وبتخسر إمتى؟

تفتكر أصعب قرار في البيزنس إيه؟

مش إنك تبدأ... ومش إنك تكسب...

أصعب قرار هو إنك تقول :أنا مش هتحرك قبل ما أعرف رايح فين.

طب ليه ناس كتير بتخسر رغم إنها شغالة ليل نهار؟

طب ليه ده مهم تعرفه ؟

لأن أغلب اللي بيضيع المشاريع مش نقص مجهود...

اللي بيضيعها هو قرار غلط في وقت غلط...

والقرار الغلط غالبًا سببه إن "الاتجاه" مش واضح.

لأنهم بيبدّلوا "الزحمة" بالإنجاز... وبيبدّلوا "التجربة العشوائية" بالخبرة... والحقيقة البسيطة إن أي طريق من غير بوصلة... بيستهلكك قبل ما يوصلك.

ومن هنا تبدأ الحكاية...

حكاية شخص قضّى سنين طويلة يجمع "قطع الخريطة" من كل مكان اشتغل فيه... لحد ما الخريطة اكتملت 2024... واتولدت **سويد**.

الفصل الأول: الحلم اللي اتزرع بدري

إزاي حد يبدأ يفكر في "الشغل" وهو لسه المفروض بيلعب؟

من بدري جدًا... كان واضح إنه مش داخل الدنيا عشان يبقى "موجود وخلاص". كان جواه رغبة ثابتة: يبني حاجة بإيده، ويسيب أثر , ويبقى صاحب قرار.

ومع الوقت... الحلم اتحول لخطة غير معلنة :يتعلم من كل مكان... قبل ما يقرر يبني مكانه الخاص.

وإيه أول علامة إن عقلية البيزنس بدأت تشتغل؟

فكرة بسيطة ظهرت وسط الزحمة: زملاء بيشتروا من الكانتين بأسعار عالية... وهو شاف فرصة.

بدأ يبيع السندوتشات لزملائه في الثانوية العامة.

مش عشان "قرشين"... لكن عشان يفهم: مين بيشتري؟ بيشتري إيه؟ إمتى الطلب بيعلى؟ وإزاي يتعامل مع منافسة؟

أول درس اتكتب من غير ما حد يعلمه :**السوق بيتفهم بالملاحظة قبل أي كلام.**

الفصل الثاني: الباحث عن البوصلة

إيه اللي يحصل لما حد يبقى عنده شغف... بس ماعندوش مُرشد؟

كبر الحلم... لكن الطريق ماكانش واضح.

لا أب رجل أعمال يفتح له الطريق... ولا معلم ياخد بإيده... ولا حد يقول: "الاتجاه من هنا." ولا انترنت

وكان جواه أمنية واحدة :حد يقوله نصيحة واحدة... توجيه واحد... في الإدارة وريادة الأعمال.

لكن للأسف... ماكانش فيه.

طب لما ما تلاقيش بوصلة... تعمل إيه؟

فقرر: يتعلم بنفسه، ويخلي الحياة مدرسة.

مش تعليم نظري... تعليم تجارب.

الفصل الثالث: رحلة الـ 27 وظيفة

هل الوظائف الكتير معناها تشتت... ولا ممكن تبقى خطة تعليم؟

هو دخلها كده: مش للعيش فقط... بل للتعلّم. من سن خامسة ابتدائي بدأت الرحلة العملية... وكل محطة فيها "درس مختلف". ومحطاته كانت: نقاش وهو في 5 ابتدائي، سباكة، مبيعات (مندوب دعاية وإعلان وملابس وبرفانات)، مطاعم وكافيهات، قرى سياحية، مزارع ومحطات، مزارع دواجن، مصانع، محلات تجارية، وشغل كصنايعي.

طب إيه اللي اتعلمه من كل ده من غير ما نفصّل كل شغلانة؟

اتعلم إن التفاصيل بتفرق، وإن أصل المشكلة أهم من شكلها، وإن فهم العميل وتجربته قبل البيع هو نصف النجاح... واتعلم إن التشغيل الصح محتاج نظام وجودة وتنسيق تحت الضغط، لأن أي خلل صغير بيعمل خسارة كبيرة في الآخر.

طب كان بيسأل نفسه إيه وسط كل ده؟

في كل وظيفة كانت الأسئلة ثابتة:

كيف يفكر المدير؟ كيف يتخذ قراراته؟ كيف يحل المشاكل؟ كيف يتعامل مع الموظفين في الأوقات الصعبة؟ لماذا ينجح هذا المشروع ويفشل ذاك؟

ما الفرق بين مدير يحبه موظفوه ومدير يكرهونه؟

مدير يدير مشروعه ويحُل مشاكله بطريقة صحيحة... ومدير آخر بطريقة خاطئة.

ومن جهة الموظف كان بيشوف إيه؟

كان بيراقب: كيف يفكر الموظف؟ ماذا يريد؟ ما الذي يحفزه؟ ما الذي يحبطه؟ لماذا يبقى في مكان ويترك آخر؟

وكان دايمًا يدور على :الحل... لتسريع الإنتاج... وحل المشاكل بشكل أفضل.

كان بيجمع الإجابات كمن يجمع قطع خريطة ممزقة... واثق إنها هتكتمل يومًا ما.

الفصل الرابع: القفزة في المجهول

طب إيه حكاية التسويق اللي اكتشفها بدري؟

كل ما كان يشترك في كورس أو دبلومة في أي مكان في مصر... كانت الإدارة تختاره ينضم لفريق التسويق الخاص بيهم.

كان دايمًا يستغرب: "يعني إيه تسويق؟ وليه بيختاروني أنا؟ أكيد فيا حاجة أنا مش شايفها".

بدأ يسأل ويفهم من 2008 و2009... لحد ما أخد كورس تسويق دولي معتمد قبل الجيش سنة 2009.

وبعد الجيش... بدأت رحلة ريادة الأعمال بخبرة الـ 27 شغلانة + التسويق اللي اتعلمه.

والاعتماد الرسمي؟ جه إمتى؟

في عام 2011، حصل على شهادة استشاري تسويق دولي معتمد... قبل دخوله الجيش.

الشهادة ماكانتش "هدف"... كانت اعتراف رسمي بحاجة كان بيطبقها بالفعل... ومفتاح لأبواب جديدة.

إمتى الملاحظة بتتحول لبناء فعلي؟

جت لحظة التحول: من موظف بيتعلم... لرائد أعمال بيبني.

بس الظروف؟ ماكانتش مثالية... ولا حتى "جيدة."

طب كان معاه إيه فعليًا؟

لا خبرة "بالمقاييس التقليدية."

ولا رأس مال.

ولا علاقات أو واسطة.

كل اللي كان معاه: 27 تجربة في 27 مجال مختلف من 5 ابتدائي لحد سن 22... وشغف لا يعرف المستحيل... وإيمان إن اللي معاه بوصلة صح... هيوصل.

إيه اللي حصل في 2011 قبل الشركة؟

هو وشريكه عملوا برنامج على اليوتيوب باسم (لازم تكون) لقصص نجاح الشباب اللي حالتهم صعبة جدًا فى العالم —أصعب من أي شاب مصري.

وبعد حلقة بعنوان "إزاي تفتح مشروعك الخاص"... قرروا يوقفوا البرنامج.

ليه؟ لأنهم قرروا يعملوا اللي بيقولوه... مش بس يحكوه.

قرر هو وشريكه يفتحوا مشروع خاص بيهم... وبعد نجاحه يرجعوا يكملوا البرنامج اللي كان اسمه "لازم تكون."

وبعدين؟ إيه كانت أول خطوة حقيقية؟
أسس أول شركة دعاية وإعلان مع شريكه.
هو كان مسؤول الإدارة والتسويق.
حط كل اللي اتعلمه في الـ 27 شغلانة موضع التنفيذ.
ماقلدش الناس... عمل اللي شايفه صح من سنين الملاحظة والتحليل.
والنتيجة؟
بعد سنة واحدة فقط... الشركة بقت براند معروف في المنطقة.
مش حظ... ولا صدفة... ده كان منطق طبيعي لقاعدة اتعلمها من بدري:
الاتجاه الصحيح أهم من السرعة... والقرار المدروس أهم من الحماس العشوائي.

الفصل الخامس: الشجاعة في القمة

ليه حد يسيب نجاحه بإيده؟
مرت 8 سنوات من النجاح.
الشركة بتكبر ... الاسم بيلمع... كل حاجة ماشية.
لكن ماكانش راضي.
إزاي تعرف إنك محتاج خطوة أعلى؟
كان حاسس إن فيه مستوى أكبر... تحديات أكبر... مشاريع أكبر يقدر يساعدها.
فعمل اللي أغلب الناس بتخاف تعمله: ترك الشركة.
مش هروب من الفشل... ده بحث عن النمو.
قرار بيحتاج شجاعة أكبر: تسيب اللي بنيته... عشان تبني "الأكبر"

الفصل السادس: سنوات التعمّق والتخصص

إيه اللي يحصل لما حد يقرر يقفل على نفسه... ويكبر علمه بجد؟
من بداية 2018... اشتغل في شركات كبرى وهو "غالق على نفسه"... مركز على تطويره من غير ما يبص لغيره.
شاف إدارة المؤسسات الضخمة... وتعلم اللي ما يتعلموش في الشركات الصغيرة.
طب هل وقف عند التوظيف؟
لا. تعاقد مع شركات كتير في مصر كاستشاري ومطور أعمال.
أسس براندات كاملة من الصفر... من غير افتخار بأعماله المنتسبة للشركات الأخرى حفاظًا على سريتها.
كان مسؤول عن كل المراحل: من الفكرة... للتنفيذ... للنمو.
إيه اللي تراكم عنده بمرور الوقت؟
الإدارة الاستراتيجية.
الاستشارات التنظيمية.
إعادة هيكلة الشركات.
دراسات الجدوى.
الخطط الاستراتيجية.
التسويق بكل فروعه التقليدية والرقمية.
الدعاية والإعلان بكل تخصصاتها.
تنظيم المعارض والمؤتمرات.
تطوير الأعمال.
بناء العلامات التجارية.
وليه التدريب كان جزء من الرحلة؟
اشتغل كمدرب في الإدارة والتسويق وتنمية المهارات.
لأن اللي اتعلم بنفسه... يعرف قيمة التعليم.
واللي دور على مرشد وما لقاش... يعرف قد إيه الناس محتاجة اللي يرشدها.
طب وقناة اليوتيوب؟
أسس قناة يوتيوب للكورسات... عشان يوصل علمه للي مش هيقدر يقابله شخصيًا.
لكن ماكملش عليها بسبب الانشغال.
والإضافة الأخيرة؟
في عام 2026، حصل على شهادة مطور أعمال معتمد... وأضاف بعد جديد لخبراته المتراكمة.
وشارك وأسّس أفكار ومشاريع كتير... وما ندمش على ترك أي منها... لأنه مؤمن: طالما أسس نشاط ونجح... يقدر يعمل الأفضل منه.

الفصل السابع: ولادة سويد

إمتى الخريطة بتكتمل... وتتحول لاسم؟
في 2024، جاءت لحظة الذروة.
بعد سنين من التعلم والعمل والبناء والتجربة... قرر يجمع كل الخبرات في كيان واحد.
كيان يحمل اسم عائلته... اسم يكون وعد في حد ذاته: **سويد** للاستشارات الإدارية والتسويقية.
هل كانت مجرد شركة جديدة؟
لا. كانت تتويج رحلة بدأت ببيع سندوتشات في الثانوية... ومرت بـ 27 وظيفة... وشركة ناجحة... وسنوات استشارات وتدريب وتطوير.
سويد هي البوصلة اللي كان يتمنى يلاقيها وهو بيدوّر على طريقه.

الفصل الثامن: سويد اتبنت "بذكاء" مش "بشكل"

ليه فريق ريموت؟

اعتمد على فريق ريموتلي من القاهرة والإسكندرية... مش لأنه الأسهل، لكن لأنه الافضل طالما هيديرهم صح .

النموذج ده يدي كفاءات أعلى بتكلفة أقل... والتوفير ينعكس على العميل.

وليه التحالفات؟

تحالف مع شركات خبرتها لا تقل عن 10 سنوات في تخصصاتها.

لأنه مؤمن إن الشراكة القوية تصنع نتائج قوية... وإن فريق واحد مش لازم يكون الأفضل في كل شيء، لكن يقدر يتحالف مع الأفضل في كل مجال.

وماذا عن الموردين؟

بنى علاقات مع موردين في الدعاية والإعلان وورش التصنيع والتسويق والميديا برودكشن والاستشاريين في الإدارة والموارد البشرية... مستمرة منذ 14 عامًا.

موردون أصبحوا شركاء: يعرفوا معيار سويد، ويفهموا توقعاتها، ويلتزموا بمستواها.

وده دليل على الثقة المتبادلة والجودة المستمرة.

الفصل التاسع: الاستثمار اللي عمل فرق

إيه أغلى استثمار ممكن تعمله شركة؟

مش معدات... ولا مكاتب...

أغلى استثمار: الإنسان.

علّم إخوته من الصغر... وده كان "أفضل استثمار."

استثمار في تأهيل الشباب الخريجين... ورفع مستواهم... وتثبيتهم في مجالات العمل المختلفة.

ودي من أقوى مهاراته :**تعليم وتأسيس الشباب الجاد.**

بقى كل واحد متخصص في مجال... وبقوا ظهره في الشغل.

لحد ما العملاء بقوا يقولوا وهم مستغربين:

"هو أنتوا في كل مكان؟"

"كل ما أروح مكان ألاقي حد من سويد"!

"سويد في كل مكان"!

والحقيقة؟ أيوه... لأن سويد مش شخص واحد.

سويد عائلة وفريق وتحالفات تعمل فى صمت... معيار واحد ورؤية واحدة وهدف واحد.

الفصل العاشر: الفرق اللي يصنعه "المعيار"

ليه مش كل اللي يطلب خدمات سويد بياخدها؟

دي مش غطرسة... ده معيار.

سويد بيختار عملاءه بعناية شديدة.

بيرفض مشاريع كثيرة... حتى لو هتدفع ملايين.

ليه؟

لأنه لا يبيع وهم.

لا يأخذ أموال شخص وهو يعرف إنه سيخسر بناءً على فهمه ووعيه بالسوق ومجال العميل.

لا يعمل مع مشروع يشعر من أول اجتماع أن إدارته لا تفهم البيزنس، أو فكرها تقليدي لن تقبل التغيير

أو المشروع محكوم عليه بالفشل مهما فعل... أو به معاناة كبيرة للنجاح.

الصدق المهني هنا مش شعار:

المجاملة في الاستشارات خيانة.

والوعد بنتائج غير واقعية نصب.

والعمل مع مشروع ستفشل فيه إهدار لوقت الطرفين.

الفصل الحادي عشر: الشريك... مش العميل

طيب اللي بيمشي مع سويد... بياخد إيه؟

ما بيبقاش "عميل"... بيبقى شريك.

مشروعه يبقى مشروع سويد... ونجاحه نجاح سويد... وتحدياته تحديات سويد.

ولذلك النتائج تتكلم:

نسبة ولاء العملاء خلال 3 سنوات تتجاوز 94.%

ونسبة ترشيح العملاء لعملاء جدد مرتفعة جدًا تتجاوز 85%

لأن العميل الراضي ما بيخبيش: بيقول لغيره "جرب... هتعرف طريقك الصح".

وإيه اللي بيحصل في كل استشارة؟

حاجة شبه ثابتة: كل عميل يقعد في استشارة... يخرج راضي جدًا.

مش لأنه سمع كلام جميل... لكن لأن المسار بقى واضح.

الاتجاه اتحدد.

الضباب اتشال.

القرارات اللي كانت صعبة... بقت مفهومة.

ويخرجوا وهم بيدعوا له... مش مجاملة... امتنان حقيقي لحد نوّر لهم الطريق.

الفصل الثاني عشر: البوصلة اللي كان بيدوّر عليها

هل ممكن حد يتحول من "باحث عن الطريق" إلى "طريق لغيره"؟

ده اللي حصل.

بعد أكثر من 15 سنة من أول شركة أسسها... بقى هو نفسه البوصلة اللي كان بيدور عليها زمان.

الطفل اللي كان نفسه حد يقوله: "الاتجاه من هنا"... بقى هو اللي بيقولها لكل صاحب مشروع... وبيمشي معاهم.

سويد اليوم مش مجرد شركة استشارات.

سويد خلاصة حلم قديم... و27 محطة... و8 سنين شركة... و7 سنين استشارات وتدريب وتطوير وتاسيس براندات ومشروعات.

سويد هي الجواب اللي كان بيدوّر عليه طفل صغير...

والنهاردة... هي الجواب اللي بيدوّر عليه صاحب مشروع محتار.

الفصل الأخير: دعوة للرحلة

إنت ليه ممكن تكون الفصل الجاي؟

لو أنت صاحب مشروع حاسس بالحيرة...

لو بتاخد قرارات كتير ومش عارف أنهي صح...

لو بتصرف على التسويق ومش شايف عائد يوازي اللي بتصرفه...

لو جرّبت أكتر من جهة ولسه حاسس إنك ماشي من غير اتجاه...

فأنت مش لوحدك... ده كان نفس الإحساس اللي بدأ منه كل شيء.

سويد مش هتوعدك بطريق سهل...

لأن النجاح مش سهل... واللي يقولك غير كده بيكدب.

لكن سويد بتوعدك بحاجة واحدة:

إن الطريق مش هتمشيه لوحدك.

هنحدد معاك الاتجاه الصحيح... هنرسم الخطة... هننفذ معاك... هنتابع... وهنعدّل المسار لو لازم...

ومش هنسيبك... غير لما تشوف النتيجة بعينك.

جملة النهاية — بصوتك أنت فقط

سويد... مش مجرد شركة... سويد هي البوصلة اللي تمنّيت ألاقيها زمان... وبقيت موجودة النهاردة عشانك.

سويد نحدد الاتجاه ونضمنلك الوصول

7. فكرة كيفيه تكوين التاج لاين والسلوجن من (البوصلة)

1- دلالات البوصلة القوية (مناسبة للتموضع)

1. **اتجاه واضح وسط الزحمة**
   - البوصلة بتجاوب سؤال العميل الأساسي :أروح فين؟
   - معناها: تقليل الحيرة، منع اللف والدوران.
2. **قرار قبل حركة**
   - البوصلة ما بتمشيش مكانك... لكنها بتخليك تمشي في الاتجاه الصح.
   - ده يترجم لاستشارات: قبل ما تصرف... قرر صح.
3. **ثبات ومرجعية**
   - الشمال ثابت.
   - معناها: عندك مرجعية ومعايير، مش كلام مزاجي.
4. **منع الضياع وتقليل المخاطر**
   - البوصلة تمنع إنك تضل الطريق.
   - في البيزنس: تمنع هدر فلوس/وقت/طاقة.
5. **الاختيار بين مسارات متعددة**
   - أهم نقطة: البوصلة بتشتغل لما قدامك طرق كتير.
   - ده جوهر الاستشارة: نختار المسار الأنسب .
6. **وصول لهدف**
   - البوصلة مرتبطة بالرحلة والوجهة.
   - معناها: نحدد وجهتك ونرسم مسارك.
7. **ملاحة احترافية (مش تحفيز)**
   - رمز عملي/هندسي، يدي إحساس خبرة واحتراف وتخطيط.

2- دلالات البوصلة نفسيًا وبصريًا

أهم الدلالات الشائعة لرمز البوصلة في الوعي الجمعي:

- **التوجيه والاتجاه الصحيح** :أداة لمعرفة الطريق وعدم الضياع؛ مرتبطة بالقدرة على "إرشاد" الناس في رحلتهم.
- **الأمان والحماية:** إحساس إن في شيء دائمًا يرشدك، حتى وسط الضباب وعدم اليقين.
- **الهدف والـ "True North"** :رمز للوضوح، والتركيز على هدف نهائي وعدم الانحراف عنه.

- **الحرية والاستقلال:** تمكّن الشخص أو الشركة من رسم مساره بنفسه، بدل ما يكون تابع للآخرين.
- **الطموح والاستكشاف:** تاريخيًا ارتبطت البوصلة بالاستكشاف والرحلات للمناطق الجديدة، فترمز للنمو، التوسع، وتجربة مسارات جديدة.

لو شركتك (استشارات / تسويق / تطوير أعمال / استثمار / تدريب) فمعاني التوجيه، وضوح الطريق، وتقليل الحيرة ممتازة جدًا لتموضعك.

3- دلالات مناسبة كتاج لاين (تموضع)

اسأل نفسك: عايز العميل يحس إن شركتك هي (إيه بالظبط) في حياته/بيزنسه؟

من رمزية البوصلة، تقدر تبني اتجاهات تموضع مثل:

- **البوصلة = مرشد الطريق: دلالة:** نوجّهك للطريق الصح، نقلل ضياع التجارب، نوفّر عليك المحاولات العشوائية.
- **البوصلة = وضوح الاتجاه:** دلالة: نحوّل الفوضى لخريطة واضحة، نحدد أولوياتك واتجاه نموك.
- **البوصلة = التركيز على الهدف: دلالة:** نلتزم معك بإن قراراتك دايمًا رايحة ناحية هدفك الاستراتيجي، مش المشتتات اليومية.
- **البوصلة = شريك الرحلة: دلالة:** مش مجرد استشارة مرة واحدة، لكن مرافقة في الرحلة – من نقطة صفر حتى وجهة واضحة

دلالات البوصلة ومعانيها دليل شامل للشركة

1- الجزء الأول نشأة البوصلة وقصتها التاريخية

بدأت قصة البوصلة في الصين القديمة خلال عهد أسرة هان بين القرن الثاني قبل الميلاد والقرن الأول الميلادي. اكتشف الصينيون حجر اللودستون وهو معدن ممغنط طبيعياً ينجذب نحو الشمال. في البداية استخدموها للتنبؤ بالحظ وممارسات الفنغ شوي قبل أن يدركوا قيمتها في تحديد الاتجاهات.

انتقلت البوصلة إلى العالم الإسلامي حيث طورها العرب والمسلمون وأضافوا إليها تحسينات جوهرية. كان الملاحون العرب أول من استخدمها في البحار المفتوحة، واخترع العالم السوري ابن الشاطر في القرن الرابع عشر بوصلة تجمع بين الساعة الشمسية والبوصلة المغناطيسية لتحديد اتجاه القبلة وأوقات الصلاة.

وصلت البوصلة إلى أوروبا في القرن الثاني عشر عبر طريق الحرير والتجار العرب، وأصبحت أداة محورية في عصر الاكتشافات الكبرى. مكنت كريستوفر كولومبوس وفاسكو دا غاما من عبور المحيطات واكتشاف قارات جديدة.

2- الجزء الثاني عشرون دلالة قوية للبوصلة مناسبة لشركات الاستشارات

- **الدلالة الأولى التوجيه والإرشاد**

البوصلة هي الأداة التي تدلك على الطريق الصحيح مهما كانت الظروف. تماماً كما يحتاج البحار إلى بوصلة في البحر المظلم، تحتاج الشركات إلى مستشار يوجهها في أسواق معقدة ومتغيرة. هذه الدلالة تجعل البوصلة رمزاً مثالياً لشركة استشارات توجه عملاءها نحو النجاح.

- **الدلالة الثانية الثبات والاستقرار**

مهما تحركت السفينة ومهما هاجت الأمواج، تبقى إبرة البوصلة ثابتة تشير إلى الشمال. هذا الثبات يرمز إلى القيم الراسخة والمبادئ التي لا تتغير مع تقلبات السوق. الشركة الاستشارية الناجحة تكون ثابتة في منهجيتها ومصداقيتها.

- **الدلالة الثالثة الشمال الحقيقي والرؤية الواضحة**

مفهوم الشمال الحقيقي يرمز إلى الهدف الأسمى والرؤية الواضحة. كما تشير البوصلة دائماً إلى الشمال، يشير المستشار الناجح إلى الهدف الصحيح للعميل. الشمال يرمز إلى التقدم والنمو والتحسن المستمر.

- **الدلالة الرابعة عدم الضياع مهما كانت الظروف**

قبل البوصلة كان البحارة يضيعون في البحار الملبدة بالغيوم. البوصلة ضمنت لهم ألا يتيهوا أبداً. هذه الدلالة قوية جداً للاستشارات فهي تقول للعميل أنك لن تضيع معنا حتى في أصعب الأوقات.

- **الدلالة الخامسة الاستكشاف واقتحام المجهول**

مكنت البوصلة المستكشفين من دخول مياه لم تطأها سفينة من قبل. ترمز إلى الشجاعة في استكشاف أسواق جديدة وفرص غير مطروقة. المستشار الحقيقي يساعد عملاءه على اكتشاف إمكانيات لم يروها من قبل.

- **الدلالة السادسة الاستقلالية والاعتماد على الذات**

امتلاك بوصلة يعني أنك لست بحاجة لمن يقودك. ترمز إلى تمكين العميل ليصبح قادراً على اتخاذ قراراته بنفسه. الاستشاري الجيد لا يخلق اعتماداً عليه بل يبني قدرات العميل.

- **الدلالة السابعة العودة الآمنة والحفاظ على الجذور**

البوصلة لا تأخذك فقط إلى وجهتك بل تضمن عودتك سالماً. ترمز إلى عدم فقدان الهوية مهما توسعت الشركة، والمحافظة على القيم الأصلية مع النمو والتطور.

- **الدلالة الثامنة الحماية والأمان**

آمن البحارة الصينيون واليابانيون القدماء بأن البوصلة تحميهم من أخطار البحر. هذه الدلالة تجعلها رمزاً للشريك الذي يحمي عملاءه من المخاطر ويضمن لهم رحلة آمنة في عالم الأعمال.

- **الدلالة التاسعة التوازن والانسجام**

البوصلة تتوازن دائماً وتجد مركزها بغض النظر عن حركة ما حولها. ترمز إلى التوازن بين جوانب العمل المختلفة والانسجام بين الأهداف المتعددة. المستشار يساعد العميل على إيجاد هذا التوازن.

- **الدلالة العاشرة الأمل في الأزمات**

كان البحار في العاصفة يمسك ببوصلته ويعلم أنه سيخرج سالماً. البوصلة ترمز إلى الأمل والإيمان بأن هناك مخرجاً دائماً. شركة الاستشارات تكون مصدر أمل لعملائها في أوقات الأزمات.

- **الدلالة الحادية عشرة الدقة والوضوح**

البوصلة تعطي اتجاهاً محدداً وواضحاً وليس تقديرات غامضة. ترمز إلى الاستشارات المبنية على بيانات دقيقة وتحليلات واضحة وليس على تخمينات.

- **الدلالة الثانية عشرة البوصلة الأخلاقية**

يستخدم هذا المصطلح للدلالة على القيم والمبادئ الداخلية التي توجه الإنسان. البوصلة الأخلاقية تعني النزاهة والمصداقية في كل ما تقدمه الشركة لعملائها.

- **الدلالة الثالثة عشرة الجهات الأربع والخيارات المتعددة**

الشمال والجنوب والشرق والغرب تمثل الخيارات المتاحة والحرية في اتخاذ القرار. البوصلة تذكرنا بأن هناك دائماً أكثر من طريق، والمستشار يساعد في اختيار الأفضل منها.

- **الدلالة الرابعة عشرة الربط بين الأصالة والمعاصرة**

البوصلة اختراع عمره أكثر من ألفي عام لكنها لا تزال تستخدم حتى اليوم. ترمز إلى الجمع بين الحكمة القديمة والتقنيات الحديثة، بين الخبرة المتراكمة والأساليب المبتكرة.

- **الدلالة الخامسة عشرة القيادة والريادة**

كان قائد السفينة هو من يمسك بالبوصلة. ترمز إلى القيادة والمسؤولية في توجيه الآخرين. شركة الاستشارات تقود عملاءها نحو أهدافهم.

- **الدلالة السادسة عشرة الرحلة المشتركة**

كلمة كومباس في اللاتينية تعني معاً نخطو أو معاً نسير. هذه الدلالة جميلة جداً لأنها تجعل البوصلة رمزاً للشراكة الحقيقية بين المستشار والعميل.

- **الدلالة السابعة عشرة التكيف مع المتغيرات**

البوصلة تعمل في كل الظروف سواء في الصحراء أو البحر أو الجبال. ترمز إلى القدرة على التكيف مع مختلف البيئات والصناعات والتحديات.

- **الدلالة الثامنة عشرة نقطة البداية الصحيحة**

كل رحلة ناجحة تبدأ بتحديد الاتجاه الصحيح. البوصلة ترمز إلى أهمية التخطيط السليم والبداية المدروسة قبل الانطلاق في أي مشروع.

- **الدلالة التاسعة عشرة الثقة في المسار**

من يحمل بوصلة يمشي بثقة حتى في الغابات الكثيفة. ترمز إلى الثقة التي يمنحها المستشار لعملائه في قراراتهم واستراتيجياتهم.

- **الدلالة العشرون الوصول المؤكد**

البوصلة لا تضمن فقط عدم الضياع بل تضمن الوصول إلى الهدف. مهما طال الطريق، من يملك بوصلة سيصل. هذه الدلالة قوية جداً لوعد الشركة لعملائها.

3- الجزء الثالث قصص حقيقية ملهمة عن البوصلة

قصة كريستوفر كولومبوس

في عام 1492 أبحر كولومبوس غرباً في رحلة لم يسبقه إليها أحد. كانت البوصلة رفيقته الوحيدة في محيط لا نهاية له. بفضلها اكتشف العالم الجديد وغير مسار التاريخ. هذه القصة تثبت أن الاتجاه الصحيح أهم من السرعة.

قصة الملاح العربي ابن ماجد

يعتبر شهاب الدين أحمد بن ماجد من أعظم ملاحي التاريخ. طور استخدام البوصلة في المحيط الهندي وألف كتباً في الملاحة لا تزال مراجع حتى اليوم. قاد سفن فاسكو دا غاما من أفريقيا إلى الهند. تثبت قصته أن الخبرة والعلم يجعلان من البوصلة أداة لا تقدر بثمن.

قصة بوصلة القبلة

في عام 1300 ابتكر العلماء المسلمون بوصلة خاصة لتحديد اتجاه القبلة. هذا الاستخدام الروحي للبوصلة يثبت أنها ليست فقط للرحلات الجغرافية بل للرحلات الروحية والمعنوية أيضاً.

قصة الفايكنج وحجر الشمس

قبل البوصلة المغناطيسية استخدم الفايكنج حجر الشمس للملاحة في الأيام الملبدة بالغيوم. لكن حين وصلتهم البوصلة أصبحوا أكثر جرأة في استكشافاتهم. تثبت هذه القصة أن الأدوات الصحيحة تفتح آفاقاً جديدة.

قصة البوصلة في الحرب العالمية

في الحرب العالمية الثانية كانت البوصلة أداة حاسمة للجنود والطيارين. أنقذت حياة الآلاف الذين فقدوا في مناطق معادية. تثبت هذه القصة أن البوصلة ليست فقط للنجاح بل للنجاة أيضاً.

4- الجزء الرابع مقترحات تاج لاين مبنية على دلالات البوصلة

مقترحات تركز على الثبات والمصداقية

- سويد ثباتك في عالم متغير
- سويد الاتجاه الذي لا يتغير

مقترحات تركز على الأمان والحماية

- سويد لن تضيع معنا
- سويد أمانك في بحر الأعمال

مقترحات تركز على الاستكشاف والريادة

- سويد نكتشف معك الفرص
- سويد بوابتك لآفاق جديدة

مقترحات تركز على الدقة والوضوح

- سويد اتجاه واضح ونتائج أوضح
- سويد الوجهة الدقيقة لأعمالك

مقترحات إبداعية مركبة

- سويد بوصلة الأعمال
- سويد حيث الخبرة توجه والنتائج تتحقق
- سويد نحدد لك الاتجاه ونلتزم معك بالوصول

8. الألوان المؤسسية ومعانيها

ألوان سويد ليست مجرد اختيارات جمالية بل أدوات نفسية تتحدث مع العقل الباطن للعميل قبل أن نقول كلمة واحدة .كل لون يحكي جزءاً من قصتنا ويوصل رسالة واضحة

- **البنفسجي الغامق :** يمثل العمق والرؤية الاستراتيجية .هو لون الحكمة والخبرة التي تجعل العميل يشعر أن سويد تملك ما لا يملكه غيرها .هذا اللون يقول للعميل أنت في أيدٍ أمينة تعرف طريقها جيداً .يرتبط بتاج لاين نحدد الاتجاه لأن تحديد الاتجاه يحتاج عمقاً ورؤية
- **الفوشيا**: يرمز إلى جرأة الإبداع وكسر القوالب .هو انعكاس لروح سويد التي لا تخشى التفكير المختلف والابتكار .هذا اللون يقول للعميل ستجد معنا حلولاً لن تجدها في أي مكان آخر .يرتبط بالشراكة الحقيقية لأن الشراكة تحتاج جرأة في الالتزام
- **البرتقالي :** .يعبر عن طاقة الحماس وشغف الإنجاز .هو النار التي تحرك الفريق لتحقيق النتائج .هذا اللون يقول للعميل حماسنا لنجاحك أكبر من حماسك أنت يرتبط بتاج لاين نضمن الوصول لأن الضمان يحتاج طاقة وإصراراً على النتيجة
- **الرمادي الفضي :** يمثل الصلابة والاحترافية .هو لون الثبات تحت الضغط والالتزام بالمواعيد والوعود .هذا اللون يقول للعميل يمكنك الاعتماد علينا في كل الأوقات .يرتبط بسلوجن معاً لأن الشراكة تحتاج ثباتاً والتزاماً
- **الأبيض :** يرمز إلى النقاء والشفافية .هو لون الوضوح الذي لا يقبل الغموض .هذا اللون يقول للعميل كل شيء واضح معنا ولا توجد مفاجآت .يرتبط بسلوجن ستصل لأن الوصول للهدف يحتاج وضوحاً في الرؤية والتعامل

9. التاج لاين

سويد نحدد لك الاتجاه ونلتزم معك بالوصول

نحدد لك الاتجاه: تعني أننا لا نتركك تائهاً في بحر القرارات والخيارات .نحن البوصلة التي تدرس السوق وتفهم التحديات وترسم لك الطريق الأوضح والأقصر نحو هدفك .خبرتنا تجعلنا نرى ما لا تراه ونختار لك المسار الصحيح من البداية

نلتزم معك بالوصول: لأننا لا نكتفي بالتخطيط بل نمشي معك كل خطوة في التنفيذ .نحن لسنا مجرد مستشارين يرسمون الخطط ويختفون، بل شركاء يلتزمون بالنتيجة .وعدنا ليس أن نحاول بل أن نوصلك

رسائل التاج لاين :

1) قرار واضح... وخطوة محسوبة .
2) من أول استشارة : بنرسملك المسار .
3) استراتيجية تتنفذ—مش ملف يتقفل .
4) اتجاه واحد صح... أحسن من 10 خطوات غلط.
5) نقلّل الغلط قبل ما يحصل.
6) استشارة واحدة... وهتعرف طريقك.
7) اتجاه صح... يوفر 10 محاولات.
8) خط واحد صح... أحسن من دوائر.
9) قلّل اللف... هتزود السرعة
10) مش لازم تجرّب كتير... لازم تختار صح.
11) كل حد يقدر ينفذ إعلان، لكن مش كل حد يقدر يحدّد الاتجاه الصح؛ دورنا نحول ميزانيتك من إنفاق عشوائي لاستثمار له وجهة واضحة.
12) لو فقدت الاتجاه... ما تفقدش الأمل
حتى لو جربت قبل كده وخسرت، البوصلة ما بتستخدمش في أول رحلة بس؛ هتعيد ضبط مسارك، وترجّع مشروعك على خط الوصول.
13) بين الزحمة... إحنا الشمال الحقيقي لبراندك
وسط ضوضاء المنافسة، وظيفتنا نحدد لك مكانك الطبيعي في ذهن العميل، ونثبتك في الاتجاه اللي يخليك ظاهر ومختلف.

14) مش بنبيع حملات... بنرسم طرق وصول
كل خطة عندنا مش شوية أفكار حلوة، لكنها مسار متكامل من نقطة .. أنت فين دلوقتي؟ لحد هتوصل فين وامتي ؟
15) قرارك مسؤوليتنا... مش ورقة توقع عليها وتمشي
البوصلة معنا مش شعار، لكنها التزام إننا نمشي معاك في التنفيذ، نراجع الأرقام، ونعدل الطريق لحد ما توصل.
16) من الفوضى إلى خريطة واضحة
لو بياناتك مبعثرة ونتائجك متقلبة، دورنا نجمع الصورة، نرسم الخريطة، ونحط سهم واضح: هنا الاتجاه... وهنا نقطة الوصول.
17) كل بيزنس عنده اتجاهه الخاص... ومهمتنا نكتشفه
مش بننسخلك تجارب من عميلاء تانيين ؛ بندرس شخصيتك وسوقك، ونحددلك طريق خاص ، عشان ما تمشيش في طريق غيرك.
18) قبل ما تزود الميزانية... عدل اتجاهك
الإعلان مش حل سحري لو الاتجاه غلط؛ نعيد ضبط البوصلة أولًا، وبعدين نخلي كل جنيه يخدم وصولك مش يزود ضياعك.

رسايل لخدمة الاستشارات والتخطيط

19) استشارة عندنا = ضبط بوصلة، مش مجرد كلام ساعة
نطلع من الاجتماع بخريطة طريق واضحة: تعمل إيه، إمتى، وبأي أولوية.
20) قبل ما تسأل: أعمل إيه؟ لازم نسأل: رايح فين؟
جلساتنا الاستشارية تبدأ من الهدف النهائي، وبعدين نرجع خطوة خطوة لحد وضعك الحالي.
21) خطة واحدة واضحة... أفضل من ألف فكرة عشوائية
مهمتنا نختار لك مسار واحد قوي، بدل ما تفضل تلف بين مسارات كتير من غير وصول.
22) نقيس الاتجاه قبل ما نقيس الأرقام
المؤشرات الرقمية مهمة، بس أهم منها إنك تبقى ماشي أصلًا في الطريق الصح.
23) استشارة سويد يعني بوصلة قرارات الإدارة
نساعدك تشوف الصورة من فوق، وتاخد قرارات استراتيجية مش ردود فعل لحظية.

رسايل لخدمة إدارة الإعلانات والحملات

24) الإعلان من غير بوصلة... بيصرف مش بيوصل
نربط كل حملة بهدف واضح في (خريطة الطريق ، مش بس عدد مشاهدات أو لايكات) .
25) نحول الإعلانات من ضوضاء... لإشارات توصل العميل ليك
كل رسالة، كل منصة، كل ميزانية لها مكان محدد على مسار عميلك نحو قرار الشراء.
26) ميزانيتك الإعلانية محتاجة قائد... مش سائق
دورنا مش نضغط Publish وبس، دورنا نحدد الاتجاه العام للحملة من أول هدفها لحد نتيجة البيع.

رسايل لخدمة البراندينج والهوية

27) هويتك البصرية هي البوصلة اللي العميل بيشوفها
نلتزم بإن رسالتك، ألوانك، ونبرة صوتك كلهم بيشيروا لنفس الاتجاه في ذهن الجمهور.
28) براندك محتاج معنى قبل ما يحتاجLogo
نساعدك تحدد (الشمال الحقيقي) لهويتك: تمثّل إيه؟ تخدم مين؟ وتاخدهم فين؟

10. السلوجن

معاً ستصل

معاً لأن النجاح ليس رحلة فردية .نحن لا نعمل لك بل نعمل معك .شراكتنا حقيقية تجعل نجاحك نجاحنا وتحدياتك تحدياتنا .عندما تختار سويد فأنت لا تشتري خدمة بل تكسب شريكاً يحمل معك ويمشي بجانبك

ستصل وهذا وعد قاطع .ليس ستحاول ولا قد تصل بل ستصل بكل ثقة .لأننا نؤمن أن كل مشروع يستحق النجاح وكل حلم يستحق التحقق .وعدنا لك أننا سنبقى معك حتى ترى نتيجة تُرضيك

رسائل السلوجن :

1. معًا ستصل... لأننا لا نتركك في المنتصف
نحن لا نعطيك خطة ونختفي، بل نبقى معك من أول خطوة حتى ترى النتيجة على أرض الواقع، خطوة بخطوة، قرار بعد قرار.
2. معًا ستصل... عندما يصبح نجاحك هدفنا
نتعامل مع مشروعك كأنه مشروعنا، نقيس نجاحنا بما تحققه أنت من نمو، مبيعات، وانتشار حقيقي في السوق.

3. معًا ستصل... من الفكرة إلى أول عميل
نساعدك في تحويل فكرتك من مجرد تصور في ذهنك إلى مشروع حقيقي، به عرض واضح، وهوية قوية، وأول عميل يدفع مقابل ما تقدمه.
4. معًا ستصل... لأننا لا نعمل لك بل نعمل معك
نؤمن أن أقوى النتائج تأتي من الشراكة، نجمع خبرتك في مجالك مع خبرتنا في السوق، لنصنع مسار نمو يناسبك أنت تحديدًا.
5. معًا ستصل... عندما يكون كل قرار محسوبًا
لا نعتمد على الحظ أو التجربة العشوائية، بل على بيانات، تحليل، وتجارب سابقة تجعل كل خطوة في اتجاه مدروس وواضح.
6. معًا ستصل... بأقل خسائر وأقصر طريق
دورنا أن نوفّر عليك محاولات ضائعة وتجارب مكلفة، لنختصر زمن التعلم، ونقربك من نقطة النجاح بأقل تكلفة ممكنة.
7. معًا ستصل... حتى لو بدأت من الصفر
لا تحتاج أن تكون خبيرًا في التسويق أو الإدارة، نكون نحن الطرف الذي يدير هذه الجوانب عن وعي، لتتفرغ أنت لقلب مشروعك.
8. معًا ستصل... لأننا نشاركك نفس القلق ونفس الحلم
نفهم خوفك من الفشل وضغط التكاليف، لذلك نخطط ونتحرك كأننا في نفس المركب، نرى ما تراه ونشعر بما تشعر به.
9. معًا ستصل... عندما تتحول الخطة إلى أفعال يومية
لا نكتفي بالكلام النظري، نحول الاستراتيجية إلى مهام وجداول ومسارات تنفيذ، يمكن متابعتها وقياسها بوضوح.
10. معًا ستصل... حتى لو السوق تغير في الطريق
لا نتركك تواجه التغيّرات وحدك؛ نراجع الأرقام، نضبط الاتجاه، ونعدل الخطة لتظل على مسار الوصول مهما تغيرت الظروف.
11. معًا ستصل... لأننا لا نعد بالمحاولة بل بالنتيجة
وعدنا ليس أن نعمل كثيرًا فقط، بل أن نعمل بطريقة ذكية ومركّزة، هدفها في النهاية نتيجة ملموسة تراها في حساباتك وتقاريرك.
12. معًا ستصل... عندما يكون كل تحدٍّ خطوة للأمام
نعامل كل عقبة كفرصة للتعلّم والتحسين، نحلل ما حدث، ونستفيد منه لتقوية مسارك بدل أن نسمح له بإيقافك.
13. معًا ستصل... لأننا نرى الصورة الكبيرة
لا ننشغل بتفاصيل حملة واحدة أو شهر واحد فقط، بل ننظر لمسار مشروعك على المدى المتوسط والبعيد، ونبني قراراتنا وفقًا لذلك.
14. معًا ستصل... حين يصبح التواصل بيننا شراكة حقيقية
نسمعك جيدًا، نسألك كثيرًا، نشاركك كل خطوة بشفافية، حتى تشعر أن فريق سويد جزء من فريق شركتك وليس مجرد جهة خارجية.
15. معًا ستصل... لأن كل رقم نحصل عليه يحكي قصة
نقرأ تقاريرك وأرقامك كخريطة، نفهم منها أين تتسرب الفرص، وأين يمكن زيادة العائد، ونستخدمها لضبط الطريق حتى النهاية.
16. معًا ستصل... عندما نربط رؤيتك بخطة عملية
نأخذ حلمك عن الشكل الذي تريد أن يصبح عليه مشروعك، ونحوّله إلى أهداف محددة، ومراحل تنفيذ، ومؤشرات نجاح واضحة.
17. معًا ستصل... لأننا نرفض الحلول الجاهزة
لا نطبق نفس الخطة على كل عميل؛ ندرس سوقك، جمهورك، وإمكاناتك، ونبني طريقة خاصة بك، تناسب حجمك وواقعك.
18. معًا ستصل... عندما يكون لكل خطوة سبب
لا نطلق حملة أو نغير اتجاهًا لمجرد التقليد، كل خطوة نأخذها معك لها سبب واضح، هدف محدد، وطريقة لقياس نتيجتها.
19. معًا ستصل... لأننا نؤمن أن كل مشروع يستحق فرصة حقيقية
نعطي مشروعك الجهد والاهتمام اللازمين ليأخذ فرصته العادلة في السوق، بدل أن يضيع وسط ضوضاء المنافسين.
20. معًا ستصل... حتى تصبح قصتك حالة نجاح تُروى
لا نكتفي بوصولك لنقطة أمان، بل نسعى معك لتصل لمرحلة تُذكر فيها كـ "قصة نجاح" ملهمة لرواد أعمال آخرين.
21. مش لوحدك... إحنا معاك لحد آخر خطوة.
تعبير: من أول تحديد الهدف لحد تنفيذ الخطة ومراجعة النتائج—وجودنا مش استشارة وتنتهي، وجودنا شراكة طريق.
22. معاً ستصل... لأن التنفيذ جزء من وعدنا.
تعبير: مش بنسلم خطة ونمشي؛ بنحط خطوات عملية ونمشي عليها معاك ونعدّل المسار حسب الواقع.
23. شراكة مش خدمة.
تعبير: إحنا مش "مزود خدمة" يخلص شغلته؛ إحنا فريقك الخارجي وقت القرارات الصعبة والتنفيذ.
24. بنشد إيدك... مش بنشد عليك.
تعبير: ضغط بدون فهم يكسّر، إنما دعم بخطة واضحة يسرّع الوصول ويقلل الأخطاء.
25. نشتغل معاك... مش بدل منك.
تعبير: نجاحك محتاج قرار من جوه الشركة وتنفيذ من جوه—ودورنا نوجّه وننظم ونقوّي الاختيارات.
26. معاً ستصل... خطوة بخطوة مش دفعة واحدة.
تعبير: الوصول الحقيقي بيتبني بتدرج: أولويات، تنفيذ، قياس، تعديل—مش قفزة وهمية.
27. لما الطريق يعوّج... إحنا بنعدّله.
تعبير: السوق بيتغير، والمنافسة بتتحرك—وجودنا معاك يضمن إن المسار يتراجع ويتظبط بدل ما تفضل ماشي غلط.

28. نقفل التشتت... ونفتح طريق.
تعبير: أكبر عدو للبيزنس هو "تجارب كتير" من غير اتجاه—إحنا نجمع الصورة ونخليها مسار واحد واضح.
29. وصولك له مؤشرات... مش تمنيات.
تعبير: بنحوّل "عايز أنجح" لـ KPIs وخطة متابعة: مبيعات/عملاء/تحويل/نمو—عشان تبقى شايف التقدم.
30. معاً ستصل... لأن كل جنيه له وجهة.
تعبير: الميزانية من غير خريطة بتتسرب—إحنا بنربط الصرف بهدف واضح ونتيجة قابلة للقياس.
31. إحنا جنبك وقت الحيرة.
تعبير: وقت ما القرارات تبقى كتير ومتشابهة—بنساعدك تشوف الصورة من فوق وتختار الصح.
32. مش بنبيع كلام... بنبني نتائج.
تعبير: الخطط عندنا مش جُمل حلوة؛ هي ترتيب أولويات وتنفيذ ومراجعة وتعديل لحد ما النتيجة تتحسن.
33. النجاح رحلة... وإحنا رفيقها.
تعبير: من أول تأسيس البراند لحد توسع المبيعات—بنفضل موجودين بعقلية "مسار طويل" مش "شغل سريع."
34. ستصل... لأننا نشتغل بالأسباب.
تعبير: وصول بيزنس مش حظ—هو فهم سوق + عرض قوي + قنوات صح + تنفيذ ثابت—وده اللي بنشتغل عليه.
35. معاً ستصل... لو اتفقنا على الوجهة.
تعبير: أول خطوة عندنا تحديد هدف واضح: هتوصل لإيه؟ إمتى؟ وبأي موارد؟ وبعدها نشتغل على الطريق.
36. نشاركك القرار... ونشاركك المسار.
تعبير: مش "قلنا لك تعمل إيه"؛ بنناقش البدائل، نختار معاك، ونبقى موجودين في التطبيق.
37. وجودنا يقلّل المخاطرة.
تعبير: بدل ما تدفع تكلفة أخطاء وتجارب—بنختصر الطريق بتخطيط واقعي ومراجعة مستمرة.
38. معاً ستصل... حتى لو بدأت متأخر.
تعبير: لو في خسائر/تأخير/تشتت—بنرجّع البوصلة للصفر، نعيد ترتيب الأولويات، ونبدأ من نقطة واقعية.
39. وعدنا واضح... زي شغلنا.
تعبير: مفيش مفاجآت: نقول هنعمل إيه، إمتى، بكام، وإزاي هنتابع—شفافية تدي ثقة وتسرّع الإنجاز.
40. ستصل... لأننا ما بنسيبش الطريق نصه.
تعبير: اللي بيفرق هو الاستمرارية: متابعة، تحسين، وتعديل—لحد ما توصل لنتيجة ترضيك وتثبت.

الرسالة الموحدة

عندما يجتمع التاج لاين والسلوجن تتضح فلسفة سويد الكاملة .نحن الشركة التي تحدد لك الاتجاه الصحيح وتلتزم معك بالوصول للهدف لأننا نؤمن أن الشراكة الحقيقية هي سر النجاح .رسالتنا بسيطة وواضحة، مهما كان حلمك ومهما كانت تحدياتك، معاً ستصل

11. كلمة المؤسس

في سوق مليان كلام... المشاريع غالبًا مش بتقع عشان الأفكار قليلة، بتقع عشان القرار متشتت.
وشفت أصحاب مشاريع يصرفوا سنين وفلوس... وبعدين يكتشفوا إنهم كانوا بيتحركوا بسرعة كبيرة... بس في الاتجاه الغلط.
مرة قعدت قدّام راجل بيعيّط.
مش لأنه فشل... بالعكس، لأنه "نجح"... بس في الاتجاه الغلط.
٣ سنين وكل مدخراته راحت في توسّع جغرافي، وفي نفس الوقت السوق كان بيتحوّل للرقمي.
قال لي جملة عمري ما نسيتها" :لو كان عندي حد يقولي رايح فين قبل ما أمشي".

في اللحظة دي فهمت الحقيقة اللي اتبنت عليها سويد: أغلب المشاريع مش بتفشل من الفكرة... بتفشل من تشتت القرار.
والكل وقتها كان بيقدم "استشارات"... لكن أنا كنت عايز حاجة أعمق من كده.
كنت عايز أكون البوصلة اللي بتحدد الاتجاه، مش الخريطة اللي بتورّي كل الطرق.
البوصلة مش بتديك كل الاختيارات... البوصلة بتقولك ببساطة" :الشمال هناك... امشي".
وده اللي أسست عليه سويد. مش شركة بتدي نصايح كتير، لكن شركة بتحدد الاتجاه الصح من أول مرة، وتترجم الاتجاه إلى نتائج قابلة للقياس.
وتكمل معاك لحد ما تحققها .

إحنا بنبدأ دايمًا بسؤال واضح :إنت رايح فين؟ وبعدها بس نسأل :هتوصل إزاي؟
نحدد الاتجاه... يعني قرار واضح قبل ما تصرف جنيه زيادة في غير مكانه.
ونثبت المسار... يعني تنفيذ حقيقي، ومراجعة أرقام، وتصحيح طريق لحد ما الأثر يبان بعينك.
سويد مش خدمة بتتسلم وتختفي... سويد شريك واقف جنبك وقت الضغط والقرارات الصعبة.
اسم سويد عندي وعد... والوعد التزام .معًا ستصل.

12. الرؤية

أن نكون البوصلة التي يثق بها كل صاحب مشروع في مصر والوطن العربي ليصل إلى وجهته

الشرح المصاحب للرؤية

أن نكون الاسم الأول الذي يخطر على بال صاحب المشروع عندما يواجه قراراً استراتيجياً صعباً. لا نطمح أن نكون الأكبر حجماً، بل الأكثر ارتباطاً بالنتائج الحقيقية.

رؤيتنا مبنية على قناعة راسخة: كل مشروع جاد يستحق شريكاً يُحدد له الاتجاه ويلتزم معه بالوصول. نريد أن تكون الإجابة على سؤال "كيف وصلت؟" في كل قصة نجاح هي :كانت سويد معنا

13. الرسالة

نُحدد لأصحاب المشاريع الاتجاه الصحيح، ونمشي معهم في التنفيذ حتى يصلوا لأهدافهم

الشرح المصاحب للرسالة

نقدم استشارات إدارية وتسويقية متكاملة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في مصر والعالم العربي. لكننا لا نكتفي بتقديم النصح ورسم الخطط، بل نلتزم بالتنفيذ الفعلي جنباً إلى جنب مع عملائنا.

نؤمن أن الاستشارة الحقيقية لا تنتهي بتسليم تقرير، بل تبدأ عنده. لذلك نربط جزءاً من نجاحنا بنجاح عملائنا، ونبقى معهم حتى يروا النتائج بأعينهم.

ما يميزنا ليس حجم خبرتنا فحسب، بل التزامنا بالنتيجة لا بالمجهود.

14. القيم الجوهرية

1- الاتجاه قبل الحركة

لا نبدأ أي مشروع قبل أن نفهم بالضبط إلى أين يريد العميل الوصول

نرفض التحرك العشوائي والتجربة والخطأ على حساب العميل. نؤمن أن ساعة واحدة في تحديد الاتجاه الصحيح توفر شهوراً من الجهد المهدور. لذلك نبدأ دائماً بالسؤال الأهم: إلى أين تريد أن تصل؟ وعندها فقط نرسم الطريق.

هذه القيمة ترجمة مباشرة لـ: نحدد الاتجاه

2- الوصول التزام لا وعد

نربط جزءاً من نجاحنا بتحقيق أهدافكم المتفق عليها

لا نعدكم بالمحاولة، بل بالوصول. لا نختفي بعد تسليم الخطة، بل نبقى معكم في التنفيذ والمتابعة والتعديل حتى ترون النتيجة بأعينكم. الخطط بدون نتائج مجرد ورق، ونحن لا نبيع ورقاً.

هذه القيمة ترجمة مباشرة لـ: نلتزم معك بالوصول

3- الشراكة لا الخدمة

نجاح العميل هو المقياس الوحيد لنجاحنا

لا نعمل لكم بل نعمل معكم. نشاركم القلق قبل الحلم، ونسمعكم قبل أن نتكلم. تحدياتكم هي تحدياتنا، ونجاحكم هو الشهادة الوحيدة التي نعترف بها. علاقتنا لا تنتهي بالفاتورة، بل تبدأ عندها.

هذه القيمة ترجمة مباشرة لـ: معاً ستصل

4- الصدق المهني

نقول للعميل الحقيقة حتى لو كانت صعبة

المجاملة في الاستشارات خيانة. إذا رأينا أن المشروع يحتاج تعديلاً جذرياً سنقولها. وإذا رأينا أن الفكرة لن تنجح سنقولها أيضاً. دورنا أن نكون المرآة الصادقة لا المرآة التي تُظهر ما تريد أن تراه.

هذه القيمة تميزنا عن المنافسين الذين يقولون للعميل ما يريد سماعه

5- التخصيص لا النسخ

كل مشروع فريد، لذلك نرفض الحلول الجاهزة. ندرس شخصيتك وسوقك وإمكاناتك، ونبني حلاً مخصصًا يناسبك أنت تحديدًا. لا ننسخ تجارب الآخرين، بل نصمم طريقًا خاصًا بك.

6- السرعة مع الحكمة

نتحرك بسرعة عندما تحتاجنا لأن الفرص لا تنتظر. لكن سرعتنا ليست تسرعًا - بل كفاءة مبنية على خبرة 15 عامًا وفريق جاهز دائمًا. نرد خلال ساعات، ونتصرف فورًا عند ظهور أي تحدٍ.

15. فلسفة العمل

1- النجاح علم قبل أن يكون حظاً

القرار الصحيح ليس إلهاماً، بل نتيجة منهجية واضحة

نؤمن أن النجاح ليس ضربة حظ ولا موهبة فطرية. النجاح علم له قواعد، ومنهج له خطوات، وحسابات لها نتائج متوقعة. خبرتنا على مدار 15 عاماً علمتنا أن المشاريع التي تنجح ليست بالضرورة الأذكى أو الأغنى، بل هي التي تتخذ القرار الصحيح في الوقت الصحيح.

لذلك عندما نحدد الاتجاه، لا نعتمد على الحدس أو التخمين، بل على بيانات ودراسة وتحليل.

2- كل مشروع له بوصلته الخاصة

ما نجح مع غيرك قد يفشل معك، والعكس صحيح

نرفض الحلول الجاهزة والقوالب المكررة. كل مشروع له ظروفه وسوقه وإمكاناته وتحدياته الفريدة. نسخ تجربة ناجحة لا يضمن نجاحاً مماثلاً، بل قد يضمن فشلاً مؤكداً.

لذلك نبدأ كل مشروع من صفحة بيضاء. ندرس، نحلل، نفهم، ثم نصمم مساراً مخصصاً يناسب هذا العميل تحديداً.

3- الخطة بدون تنفيذ مجرد أمنية

لا قيمة لاتجاه صحيح إذا لم تمشِ فيه

نؤمن أن الاستشارات التقليدية التي تنتهي بتسليم تقرير هي نصف عمل. التقرير لا يُغير واقعاً، والخطة لا تُحقق أرباحاً. ما يُحدث الفرق هو التنفيذ الفعلي والمتابعة المستمرة والتعديل عند الحاجة.

لذلك لا نكتفي بتحديد الاتجاه، بل نمشي مع العميل في كل خطوة حتى نرى النتيجة معاً.

4- السرعة في الاتجاه الخاطئ خسارة مضاعفة

التأني في القرار أرخص من التسرع في التنفيذ

نؤمن أن أكبر خسارة ليست الفشل، بل النجاح في الاتجاه الخاطئ. صاحب المشروع الذي يركض بسرعة في طريق خاطئ يخسر مرتين: مرة حين يصرف موارده، ومرة حين يكتشف أنه يجب أن يبدأ من جديد.

لذلك نستثمر الوقت الكافي في البداية لنتأكد من صحة الاتجاه، قبل أن ننفق جنيهاً واحداً في التنفيذ.

5- نجاح العميل هو شهادتنا الوحيدة

سمعتنا لا تُبنى بما نقوله، بل بما يحققه عملاؤنا

نؤمن أن أفضل تسويق لسويد هو نجاح عملائنا. لا نحتاج لإعلانات براقة أو وعود كبيرة، نحتاج فقط لعملاء وصلوا لأهدافهم ويشهدون بذلك.

لذلك نقيس نجاحنا بمقياس واحد: هل وصل العميل لهدفه أم لا؟ كل ما عدا ذلك تفاصيل.

16. التعهدات والضمانات

تعهدنا المقدس

نتعهد ألا نعامل من يتعاون معنا كعميلٍ عابر، بل كشريكٍ في مسار طويل المدى . نعدكم بشراكة لا تعرف التخلي، وصدق لا يعرف المجاملة.

نؤمن بالوضوح الذي لا يقبل الغموض، والالتزام الذي لا يعرف الأعذار، والمتابعة التي لا تعرف الاختفاء .

هدفنا أن ننقلك من زحام القرارات إلى اتجاه واضح، ومن الاتجاه إلى نتائج يمكن قياسها—بمنهج عمل مهني يقلّل مساحة الخطأ ويزيد فرص الوصول.

نعد أن نكون حاضرين في لحظات القرار الصعبة :نحلّل قبل أن ننصح، ونوضح البدائل قبل أن نوصي، ونحمي قراراتك بالبيانات كما نحمي سمعتنا بالنتائج .

نؤمن أن كل مشروع يحمل حلمًا ومسؤولية، وأن كل اتجاه صحيح نُثبّته يوفر وقتًا ومالًا وجهدًا كان يمكن أن يُهدر في الطريق الخطأ.

نؤمن أن النجاح الحقيقي يبدأ قبل أول خطوة، وأن الثقة تُبنى بما يتحقق على أرض الواقع لا بما يُكتب في العروض .

لن نعد بالمستحيل، لكننا نلتزم بأن نكون شريكًا جادًا يجعل الوصول ممكنًا ومبررًا بالأرقام: تنفيذٌ فعلي، متابعةٌ منتظمة، وقياسٌ مستمر، ثم تصحيحٌ للمسار عند الحاجة.

ونلتزم بالوضوح في الاتفاق، والشفافية في التكلفة، والانضباط في المواعيد، وبمتابعة لا تتوقف عند تسليم الملفات.

نعدكم بأن نجعل من كل مشروع قصة نجاح تُروى، ومن كل عميل شاهداً على أن الوصول ممكن.

هذا عهد سويد ...دون تخمين، دون تخلٍّ، ودون ورق بلا نتائج.

نحدّد الاتجاه... ونثبت المسار... ومعًا نصل.

تعهد مختصر

تعهد سويد :شراكة جادّة بلا مجاملة ولا اختفاء—نحوّل تشتّت القرار إلى اتجاه واضح بخطة تنفيذ وقياس وتصحيح مسار عند الحاجة.

شفافية في الاتفاق والتكلفة والمواعيد، ونتائج تُثبت نفسها على الأرض ...دون تخمين، دون تخلٍّ، ودون ورق بلا نتائج.

فلسفتنا

المبدأ	المعنى

نسأل قبل أن نجيب	فهم وجهتك أولاً
نحدد قبل أن نتحرك	الاتجاه الصحيح يسبق أي خطوة
نمشي معك لا أمامك	شراكة حقيقية لا وصاية
نقيس قبل أن نحتفل	النتيجة هي الحكم الوحيد

وعدنا الذهبي

لن نعدكم بطريق سهل... لكننا نعدكم ألا تمشوه وحدكم

17. لماذا تختار سويد

الفكرة الجوهرية

سويد ليست شركة تُسلّم ملفات وتختفي. نحن شريك يبدأ معك بسؤال **"إلى أين تريد أن تصل؟"** ثم يمشي معك حتى ترى الإجابة بعينيك.

1- ستة أسباب واقعية لاختيار سويد

2- شراكة لا خدمة

لا نتعامل معك كعميل نأخذ أمواله ونغادر. نتعامل معك كشريك نربط جزءاً من نجاحنا بنجاحك. نبقى معك في التنفيذ والمتابعة والتعديل حتى ترى النتيجة الفعلية، لأن مصلحتك الحقيقية هي مصلحتنا الأساسية.

3- منهج البوصلة

نبدأ دائماً بسؤال :إلى أين تريد أن تصل؟ ثم نسأل: كيف ستصل؟

هذا المنهج يعني أننا لا نتحرك قبل أن نحدد الاتجاه الصحيح. نرفض التجربة العشوائية على حسابك، ونرفض إنفاق جنيه واحد قبل أن نعرف وجهته.

4- فهم السوق من الداخل

16 سنة من العمل المتواصل منذ 2011 علمتنا ما لا تعلمه الكتب. عشنا فترات الازدهار والركود والتضخم وتغيّر سلوك المستهلك. عملنا مع أكثر من 300 مشروع في قطاعات مختلفة. هذه الخبرة تعني أننا نفهم تحدياتك من الجملة الأولى، ولا نأتي بحلول نظرية لا تناسب واقع السوق.

5- تكامل تحت سقف واحد

استشارات، تسويق، تصميم، برمجة، محتوى، دعاية. كل شيء في مكان واحد بفريق واحد يفهم مشروعك من كل الزوايا.

لا تحتاج للتنسيق بين 5 شركات مختلفة. فريقنا المتكامل يضمن أن كل عنصر يخدم الهدف الاستراتيجي الواحد.

6- وضوح من اليوم الأول

النطاق محدد. المخرجات واضحة. الجدول الزمني مكتوب. التكلفة معلنة. لا مفاجآت ولا رسوم مخفية ولا بنود غامضة.

تقارير دورية تُظهر تقدم العمل، وتواصل مستمر يجعلك تشارك في كل خطوة.

7- نتائج قابلة للقياس

معايير النجاح نحددها معك من اليوم الأول، ليست انطباعات بل أرقام. نراجع النتائج دورياً، ونعدّل المسار إذا لزم الأمر، لأن هدفنا ليس تسليم العمل بل تحقيق النتيجة.

2- لماذا سويد الاختيار الأمثل: نقاط التميز

نقطة التميز	التطبيق العملي	الفائدة المباشرة للعميل
الخبرة المؤسسية الواسعة	16 سنة في السوق المصري + 300+ مشروع منجز + تعامل مع فترات اقتصادية مختلفة	حلول مجربة ومضمونة النجاح، لا اجتهادات
فريق متخصص ومدرب	في 5 تخصصات (استشارات، تسويق، برمجة، تصميم، محتوى + ميديا بروداكشن)	عمق احترافي في كل مجال + رؤية متكاملة
منهج عمل واضح	بوصلة محددة + خطة مكتوبة + قياس دوري + تعديل مستمر	تقليل مساحة الخطأ، زيادة فرص الوصول
نتائج قابلة للقياس	معايير نجاح محددة من اليوم الأول + تقارير شهرية + مؤشرات أداء واضحة	تعرف بالضبط أين تقف وهل الاتجاه صحيح
شراكة حقيقية	نربط أتعابنا نجاحنا بتحقيق أهدافك + متابعة ما بعد التسليم	مصلحتنا مصلحتك الفعلية

ابدأ مشروعك معنا اليوم : بدون التزام. بدون ضغط. بدون رسوم.

استشارة أولى مجانية تشمل:

ما ستحصل عليه	التفاصيل
جلسة استشارية	من 60 : 90 دقيقة لفهم وضعك الحالي
ملخص توصيات	نقاط واضحة ومحددة
تصور مبدئي للمسار	الخطوات القادمة بترتيب الأولويات
عرض سعر مفصل	حسب النطاق المتفق عليه

ملاحظة: المخرجات التفصيلية تعتمد على توفر بيانات العميل وحدود الجلسة

18. الرسائل التسويقية

رسائل مستوحاة من التاج لاين والسلوجن الجديد

1- مع سويد الاتجاه واضح والوصول التزام
2- لا تمشي الرحلة وحدك .معاً ستصل أسرع
3- نحن البوصلة التي توجهك والشريك الذي يمشي معك
4- فكرتك تستحق شريكاً يوصلها للنجاح
5- لماذا تجرب وحدك وأنت تقدر تلتزم بالنتيجة معانا
6- الحلم حلمك .التنفيذ علينا .النجاح مشترك
7- سويد مش مجرد شركة .سويد الشريك اللي هيوصلك
8- خبرة16 سنة في تحديد الاتجاه والتزام بالوصول
9- اتجاه واضح... وخطوات محسوبة.
10- مشكلتك مش في الجهد... في الاتجاه.
11- بنحوّل التشتت لمسار واحد قابل للقياس.
12- الخطة عندنا مش ورق... الخطة تنفيذ ومتابعة.
13- كل جنيه له وجهة: هدف + قناة + قياس.
14- معاً ستصل... لأننا بنفضل موجودين في الطريق.

رسائل تركز على المشكلة والحل

15- مشكلتك ليست في الجهد، مشكلتك في الاتجاه
16- التجربة العشوائية تكلفك أكثر من الاستشارة الصحيحة
17- كل جنيه تصرفه بدون وجهة واضحة هو جنيه ضائع
18- الخطط التي لا تُنفَّذ مجرد ورق

رسائل تركز على القيمة المقدمة

19- اتجاه واضح، خطوات محسوبة، نتائج ملموسة
20- لا نُسلّم ملفات ونختفي، نبقى حتى ترى النتيجة
21- بوصلتك وقت الحيرة، وشريكك وقت التنفيذ

رسائل تركز على الشراكة

22- لا تمشِ الطريق وحدك وأنت تقدر تضمن الوصول
23- فكرتك تستحق شريكاً يفهمها ويوصلها
24- نجاحك هو الشهادة الوحيدة التي نعترف بها

رسائل قصيرة للسوشيال ميديا

25- سويد: بوصلة قرارك وقت الزحمة
26- معاً ستصل، لأننا لا نتركك في المنتصف
27- الاتجاه الصحيح يوفر عليك 10 محاولات

19. الاهداف

الاهداف المؤسسية لسويد (2026 : 2028)

الهدف	المؤشر	الإطار الزمني
المحور الأول: النمو المالي والتشغيلي		
نمو الإيرادات	20إلى 25% سنوياً	قياس سنوي
العقود السنوية النشطة	30إلى 50 عقد	نهاية 2028
الالتزام بمواعيد التسليم	90%من المشاريع في الموعد	قياس ربع سنوي
المحور الثاني: العملاء والجودة		
رضا العملاء	85إلى 90%	قياس دوري
تجديد التعاقدات	70إلى 80%	قياس سنوي
الإحالات من عملاء حاليين	25إلى 30% من العملاء الجدد	قياس سنوي

المحور الثالث: بناء الفريق والقدرات		
حجم الفريق الأساسي	8إلى 12 متخصص	نهاية 2027
الاستثمار في التدريب	10إلى 15% من الإيرادات	سنوياً
توثيق إجراءات العمل	دليل تشغيل لكل خدمة رئيسية	نهاية 2027
المحور الرابع: الحضور والتأثير		
المحتوى المعرفي	50إلى 80 مقال ودراسة حالة	نهاية 2028
المتابعون على المنصات	50إلى 80 ألف متابع حقيقي	نهاية 2028
المتدربون المعتمدون	100إلى 150 متدرب	نهاية 2028
المحور الخامس: التوسع الجغرافي		
أسواق جديدة	1إلى 2 سوق عربي	نهاية 2028
عملاء إقليميون	10إلى 15 عميل خارج مصر	نهاية 2028

ملحوظة: الأهداف ليست أرقاماً نطاردها، بل اتجاهات نسير نحوها. نراجعها دورياً ونعدّلها حسب الواقع، لأن الوصول الحقيقي أهم من الأرقام المكتوبة.

20. مؤشرات الأداء الرئيسية

ملاحظة مهمة : هذه مؤشرات داخلية لقياس وتحسين الأداء، وليست ضمانات للعملاء. الأرقام المذكورة مستهدفات وليست وعوداً.

المحور الأول: خدمة العملاء

المؤشر	المستهدف	طريقة القياس
زمن الاستجابة الأولية	خلال يوم عمل واحد	تتبع الطلبات
رضا العملاء	85إلى 90%	استبيانات دورية
تجديد التعاقدات	70إلى 80%	نسبة التجديد السنوية
الإحالات	25إلى 30% من العملاء الجدد	مصدر العميل

المحور الثاني: جودة التسليم

المؤشر	المستهدف	طريقة القياس
الالتزام بالمواعيد	90%من المشاريع	تقارير المشاريع
اعتماد المخرجات من أول مراجعة	75إلى 80%	سجل التعديلات
معدل إعادة العمل	أقل من 10%	تتبع التعديلات الجوهرية

المحور الثالث: التأثير على العملاء

المؤشر	المستهدف
نسبة العملاء الذين حققوا أهدافهم المتفق عليها	متابعة ما بعد التسليم
تقييم العميل لتأثيرنا على أعماله	استبيان من 1 إلى 10
استمرارية نمو المشروع بعد انتهاء التعاقد	متابعة دورية

المحور الرابع: الكفاءة الداخلية

المؤشر	المستهدف	طريقة القياس
إنتاجية الفريق	تحسن ربع سنوي	وقت الإنجاز لكل نوع خدمة
توثيق الدروس المستفادة	بعد كل مشروع	سجل الدروس
تطبيق التحسينات	80%من التوصيات المعتمدة	متابعة ربع سنوية

ملحوظة : نقيس لنتحسن، لا لنتباهى. المؤشرات أدوات للتطوير وليست شعارات للتسويق.

21. الخبرات والمؤهلات

الخبرة المؤسسية

- **16 سنة من العمل الفعلي**

ما عشناه	ما تعلمناه
فترات الازدهار والركود	كيف نتكيف مع تقلبات السوق
موجات التضخم	كيف نحافظ على جدوى المشاريع
التحول الرقمي	كيف ننتقل من التقليدي للرقمي بسلاسة
تغير سلوك المستهلك	كيف نفهم العميل الجديد
ما عشناه	ما تعلمناه

- **أكثر من 300 مشروع في قطاعات متنوعة**

نوع المشروع	ما أضافه لخبرتنا
شركات ناشئة	فهم تحديات البداية ومحدودية الموارد
شركات متوسطة	فهم تحديات النمو والتوسع
مؤسسات قائمة	فهم تحديات إعادة الهيكلة والتطوير

نطاق الأعمال

- **الاستشارات الإدارية**

الإنجاز	الأثر
إعادة هيكلة شركات متعثرة	تحويلها لمشاريع قابلة للاستمرار
تطوير أنظمة عمل داخلية	رفع كفاءة التشغيل
المساعدة في تأسيس شركات ناشئة	من الفكرة حتى بداية التشغيل

- **التسويق والدعاية**

الإنجاز	الأثر
حملات تسويقية متكاملة	تحقيق أهداف مبيعات محددة
حملات إعلانية رقمية	تحسين العائد على الاستثمار الإعلاني
تطوير هويات بصرية	بناء صورة ذهنية متسقة

- **المشاريع الرقمية**

الإنجاز	الأثر
مواقع إلكترونية احترافية	زيادة الحضور الرقمي
مشاريع تسويق رقمي	تحسين معدلات التحويل
أنظمة إدارة محتوى	تسهيل إدارة المحتوى داخلياً

ملاحظة مهمة

النتائج تختلف من مشروع لآخر حسب طبيعة السوق، والميزانية المتاحة، والتزام العميل بالتنفيذ، والظروف التشغيلية. الأرقام المذكورة مؤشرات من تجارب سابقة وليست ضمانات لنتائج مستقبلية.

22. معايير الجودة والأمان في سويد

معايير الجودة والأمان

1- سياسة الجودة

- **الجودة عندنا قرار ومنهج، لا صدفة ولا حظ**

المرحلة	التفاصيل
الاتفاق المسبق	معايير التسليم محددة من البداية: النطاق، المواصفات، الموعد، طريقة المراجعة
المراجعة الثلاثية	كل مخرج يمر على: المنفذ، ثم رئيس القسم، ثم مراجعة الجودة
فترة التحسين	شهر للتعديلات ضمن النطاق المتفق عليه بدون تكلفة إضافية
الاستجابة للملاحظات	الرد على أي ملاحظة خلال يوم عمل بخطة واضحة

معايير الأداء الداخلي

المعيار	التطبيق
مؤشرات أداء واضحة	لكل دور ولكل مشروع
تقييم شهري	للتطوير والتحسين لا للعقاب
مراجعة ربع سنوية	للأداء التشغيلي وجودة التسليم
توثيق الدروس	بعد كل مشروع لتحسين المشاريع القادمة

السرية وحماية البيانات

الإجراء	التفاصيل
اتفاقيات السرية	عقود ملزمة عند الحاجة
صلاحيات الوصول	محددة حسب الدور والمشروع
حفظ البيانات	نسخ احتياطية منتظمة
الالتزام	عدم مشاركة بيانات العميل خارج نطاق التعاقد
عدم تضارب المصالح	لا نعمل مع منافسيك المباشرين خلال فترة التعاقد

آلية التحسين المستمر

التوقيت	النشاط
بعد كل مشروع	توثيق الدروس المستفادة
كل 3 أشهر	مراجعة العمليات وتحديد نقاط التحسين
سنوياً	تحديث إجراءات العمل والأدلة التشغيلية
باستمرار	جمع تغذية راجعة من العملاء والفريق

ملحوظة : صوت العميل وصوت الفريق هما بوصلتنا في التحسين. نجمع الملاحظات، نحللها، نطبق التحسينات، نقيس أثرها، ونثبت ما يُحدث فرقاً حقيقياً.

23. الخدمات التفصيلية الشاملة

ملخص هيكل خدمات سويد

المستوى	القسم	عدد الخدمات الفرعية
الأول: الاستشارات	تأسيس وتطوير الأعمال	15
	الاستشارات الإدارية	4
	استشارات الموارد البشرية	5
	الاستشارات التسويقية	5
	الاستشارات الإعلانية	7
	الخطط الاستراتيجية	5
	تحليل السوق والمنافسين	5
الثاني: البناء	استراتيجية وهوية البراند	15
	التصميم والتطبيقات البصرية	15
	البرمجة والتطوير التقني	15
الثالث: التنفيذ	التسويق الرقمي	35
	إنتاج المحتوى والميديا	20
	الدعاية والإعلان	20
	تصميمات الحملات	15
المتخصصة	الخدمات العقارية	9
	تنظيم الفعاليات	14
		204 خدمة

اولا : عرض الخدمات بشكل مختصر

0- الفلسفة الحاكمة لتقسيم الخدمات

المستوى	الوصف	الربط بالبراند
المستوى الأول	**الاستشارات الاستراتيجية**	**نحدد الاتجاه**
المستوى الثاني	**البناء والتأسيس**	**نرسم المسار**
المستوى الثالث	**التنفيذ والإنتاج**	**نضمن الوصول**

المستوى الأول: الاستشارات الاستراتيجية

ملحوظة : نبدأ معك من السؤال الأهم: إلى أين تريد أن تصل؟ ثم نرسم الطريق بناءً على بيانات وتحليل لا على تخمين.

1.1استشارات تأسيس وتطوير الأعمال

دراسات الجدوى

الخدمة	الوصف	المخرج
الجدوى الفنية	فحص الإمكانيات التقنية والتشغيلية	تقرير المتطلبات والحلول الفنية
الجدوى المالية	حساب التكاليف والإيرادات المتوقعة	نموذج مالي لـ 5 سنوات
الجدوى التسويقية	تقييم فرصة المشروع في السوق	خطة دخول السوق
تحليل المخاطر	تحديد وتصنيف المخاطر المحتملة	خطة إدارة المخاطر
التوصيات النهائية	قرار المتابعة أو التوقف أو التعديل	تقرير القرار النهائي

تأسيس الشركات والكيانات القانونية

الخدمة	الوصف	المخرج
اختيار الشكل القانوني	تحديد نوع الكيان الأنسب للنشاط	توصية مكتوبة بالشكل القانوني
إجراءات التأسيس	إنهاء الإجراءات الرسمية والحكومية	سجل تجاري وبطاقة ضريبية
صياغة عقد التأسيس	إعداد العقد والنظام الأساسي	عقد تأسيس كامل
التراخيص والتصاريح	الحصول على التراخيص اللازمة	تراخيص سارية وموثقة
فتح الحسابات البنكية	إنهاء إجراءات فتح الحسابات	حسابات بنكية جاهزة للتشغيل

إعادة هيكلة الشركات المتعثرة

الخدمة	الوصف	المخرج
تشخيص الوضع الحالي	تحليل شامل للمشاكل والأسباب	تقرير تشخيص مفصل
إعادة تصميم الهيكل	وضع هيكل تنظيمي جديد فعال	مخطط تنظيمي محسّن
إعادة تعريف الأدوار	توزيع المسؤوليات بوضوح	أوصاف وظيفية محددة
خطة التنفيذ	برنامج زمني للتطبيق	جدول تنفيذ مرحلي

1.2الاستشارات الإدارية

الخدمة	الوصف	المخرج
تحليل الهيكل التنظيمي	تقييم الهيكل الحالي وتحديد الفجوات	تقرير هيكل محسّن ومخطط وظيفي
تطوير السياسات الداخلية	إعداد السياسات واللوائح التنظيمية	دليل سياسات وإجراءات موحد
نظام إدارة الأداء	تأسيس نظام تقييم ومتابعة	نظام KPIs مع آلية متابعة
نظام شؤون العاملين	تأسيس نظام متكامل للموظفين	دليل شؤون عاملين

1.3استشارات الموارد البشرية

الخدمة	الوصف	المخرج
سياسات الموارد البشرية	صياغة سياسات شاملة للموظفين	دليل موارد بشرية كامل
هياكل الرواتب والحوافز	تصميم نظام عادل ومحفز	نظام رواتب متدرج
نظام التوظيف والاختيار	تطوير عملية استقطاب الكفاءات	نظام توظيف فعال
نظام تقييم الأداء	تقييم دوري وعادل للموظفين	نظام تقييم موضوعي
خطط التطوير الوظيفي	رسم مسارات الترقي والتطور	خطة تطوير وظيفي

1.4الاستشارات التسويقية

الخدمة	الوصف	المخرج
تحليل السوق المستهدف	دراسة العملاء والسوق بعمق	تقرير الفئات المستهدفة
وضع استراتيجية التسويق	خطة تسويق شاملة متعددة القنوات	استراتيجية تسويق مكتوبة
تحديد الرسالة التسويقية	صياغة رسائل فعالة لكل قناة	دليل رسائل تسويقية
تحليل المنافسين	تقييم نقاط القوة والضعف للمنافسين	تقرير تحليل تنافسي
قياس الأداء التسويقي	وضع مؤشرات لقياس النتائج	لوحة متابعة بالأرقام

1.5الاستشارات الإعلانية

الخدمة	الوصف	المخرج
تطوير الهوية الإعلانية	بناء هوية موحدة للحملات	دليل هوية إعلانية
استشارات الميزانية	توزيع الميزانية على القنوات	خطة توزيع ميزانية
دراسات الجدوى الإعلانية	تقييم العائد المتوقع من الحملات	تقرير جدوى وتوصيات
تحليل الأداء الإعلاني	تقييم الحملات السابقة	تقرير تحليلي مع دروس مستفادة
استشارات اختيار الوسائل	تحديد القنوات الأكثر فعالية	توصيات بالقنوات المناسبة
تحليل الجمهور	فهم خصائص وسلوك الجمهور	ملف جمهور مفصل
التخطيط الاستراتيجي الإعلاني	خطة إعلانية طويلة المدى	استراتيجية متعددة السنوات

1.6الخطط الاستراتيجية

الخدمة	الوصف	المخرج
صياغة الرؤية والرسالة	تحديد هوية الشركة واتجاهها	وثيقة رؤية ورسالة
الأهداف الاستراتيجية	وضع أهداف قابلة للقياس	خطة أهداف بخطوات محددة
استراتيجيات النمو	تحديد طرق التوسع والنمو	خطة توسع في الأسواق
خطة التنفيذ	جدول خطوات ومسؤوليات	جدول زمني تنفيذي
نظام مراقبة الأداء	متابعة تحقيق الأهداف	نظام مراجعة دوري

1.7تحليل السوق والمنافسين

الخدمة	الوصف	المخرج
تحديد حجم السوق	قياس السوق وتوقعات النمو	تقرير حجم السوق
تقسيم السوق	تحديد الشرائح المستهدفة	خريطة شرائح العملاء
تحليل المنافسة	دراسة المنافسين بالتفصيل	ملف تحليل المنافسين
تحليلSWOT	رصد الفرص والتهديدات	مصفوفة SWOT عملية
متابعة اتجاهات السوق	رصد التطورات والتغيرات	تقرير دوري بالاتجاهات

المستوى الثاني: البناء والتأسيس

نرسم المسار : بعد تحديد الاتجاه، نبني الأساسات: الهوية، الأدوات، والمنصات التي ستحملك نحو هدفك.

2.1بناء العلامة التجارية

استراتيجية البراند

الخدمة	الوصف	المخرج
تحليل الوضع التنافسي	دراسة موقعك في السوق	تقرير تحليل السوق وخريطة المنافسين
تحديد الجمهور المستهدف	دراسة الفئات وسلوكها	خريطة شخصيات العملاء
تطوير رسالة البراند	صياغة الرؤية والرسالة والقيم	وثيقة استراتيجية البراند
تحديد شخصية البراند	وضع طابع وأسلوب العلامة	دليل شخصية البراند ونبرة الصوت
استراتيجية التمييز	تحديد ما يميزك عن المنافسين	نقاط التمييز الفريدة

تصميم الهوية البصرية

الخدمة	الوصف	المخرج
تصميم الشعار	شعار مميز ومعبر عن العلامة	شعار بصيغ متعددة و3 مفاهيم
الألوان المؤسسية	مجموعة ألوان تعبر عن البراند	لوحة الألوان بجميع الأكواد
الخطوط المؤسسية	خطوط رسمية عربية وإنجليزية	مجموعة الخطوط المعتمدة
الأيقونات والرموز	مجموعة أيقونات متناسقة	مكتبة أيقونات بنفس الطابع
الخلفيات والأنماط	أنماط وخلفيات داعمة للهوية	مجموعة خلفيات للاستخدامات المختلفة

دليل الهوية البصرية

الخدمة	الوصف	المخرج
دليل استخدام الشعار	قواعد الاستخدام الصحيح والخاطئ	دليل الشعار المفصل
دليل الألوان	كيفية استخدام الألوان في التصاميم	دليل الألوان مع النسب
دليل الخطوط	قواعد الخطوط والأحجام والمسافات	دليل الخطوط الشامل
قوالب جاهزة	تطبيقات عملية للهوية	مجموعة قوالب لكل نوع تصميم
إرشادات التطبيق	تعليمات للحفاظ على الهوية	دليل التطبيق للفرق

2.2التصميم والتطبيقات البصرية

القرطاسية والمطبوعات المؤسسية

الخدمة	المخرج
كروت العمل الشخصية	تصاميم جاهزة للطباعة
الأوراق الرسمية والمراسلات	قوالب القرطاسية
الشهادات والدبلومات	تصاميم قابلة للتخصيص
البطاقات التعريفية	بطاقات موظفين وعضوية
المظاريف والأكياس	تصاميم التغليف المؤسسي

تصميم الواجهات والمساحات

الخدمة	المخرج
الواجهات الخارجية	مخططات ثلاثية الأبعاد
الديكور الداخلي	مخططات بالألوان والمواد
اللافتات والإرشادات	تصاميم مع مواصفات التنفيذ
نقاط البيع	تصميم يحسن تجربة العميل
الإضاءة والألوان	خطة إضاءة متكاملة

تصميم المنتجات والتغليف

الخدمة	المخرج
عبوات المنتجات	تصاميم جذابة وعملية
الملصقات والإيتيكت	تصاميم بالمعايير القانونية
الصناديق والحاويات	تصاميم تحمي وتسوق
أكياس التسوق	تصاميم صديقة للبيئة
بطاقات المنتج	بطاقات معلوماتية وجذابة

2.3البرمجة والتطوير التقني

المواقع الإلكترونية

الخدمة	المخرج
تصميم واجهة المستخدمUI	صفحات بهوية البراند متجاوبة مع جميع الأجهزة
تجربة المستخدمUX	رحلة مستخدم سهلة ومنطقية
تطوير الموقع	برمجة كاملة بأحدث التقنيات
نظام إدارة المحتوى	لوحة تحكم سهلة الاستخدام
الربط والتكامل	ربط مع أدوات التحليل والتتبع

المستوى الثالث: التنفيذ والإنتاج

نلتزم معك بالوصول : الاتجاه واضح والأدوات جاهزة. الآن ننفذ معك ونتابع حتى ترى النتيجة بعينيك.

3.1التسويق الرقمي

- **إدارة وسائل التواصل الاجتماعي**

المرحلة	الخدمات
التأسيس	تحليل الوضع الحالي، وضع استراتيجية المحتوى، إنشاء وتحسين الحسابات، إعدادBusiness Manager
الإعداد التقني	ربط البيكسل وأدوات التتبع، ربطGoogle Analytics ، ربطGoogle Maps ، إعداد الكتالوج والمنتجات
إدارة المحتوى	كتابة وجدولة المنشورات، إدارة الستوريز، إنتاج محتوى الفيديو، تصميم المنشورات
إدارة التفاعل	الرد على التعليقات والرسائل، إدارة المجتمع، خدمة العملاء، الردود الآلية والشات بوت
المتابعة والتحسين	تقارير شهرية، تحليل أداء المنافسين، إدارة الأزمات والسمعة

- **الإعلانات المدفوعة**

نوع الإعلان	الهدف
إعلانات الوعي والوصول	نشر العلامة التجارية
إعلانات التفاعل والمشاركة	زيادة التفاعل مع المحتوى
إعلانات زيادة المتابعين	بناء قاعدة جمهور
إعلانات التحويل والمبيعات	تحقيق مبيعات مباشرة
إعلانات إعادة الاستهداف	استهداف الزوار السابقين
إعلانات التطبيقات	زيادة التحميلات
إعلانات الفيديو	محتوى مرئي مؤثر
إعلانات التجارة الإلكترونية	ترويج المنتجات
إعلانات محلية	استهداف جغرافي محدد

- **تسويق المحتوى**

الخدمة	الوصف
المقالات والمدونات	محتوى يعزز حضور العلامة
كتابة البوستات	محتوى يومي للسوشيال ميديا
كتابة محتوى الفيديوهات	سكريبتات الفيديو
الإيميل ماركتنج	حملات بريد إلكتروني
النصوص الإعلانية	كوبي رايتنج للحملات
محتوى المواقع	صفحات الموقع الإلكتروني
محتوى اللينكد إن	محتوى مهني متخصص
قصص العملاء	شهادات ودراسات حالة

- **تحسين محركات البحثSEO**

الخدمة	الوصف
تحليل الكلمات المفتاحية	بحث الكلمات المربحة
تحسين المحتوى	إعادة كتابة محسنة للبحث
التحسين التقني	إصلاح المشاكل التقنية
بناء الروابط الخلفية	روابط من مواقع موثوقة
السيو المحلي	تحسين الظهور في البحث المحلي
تدقيق الموقع	فحص شامل لحالة الموقع
SEOللتجارة الإلكترونية	تحسين المتاجر الإلكترونية

3.2إنتاج المحتوى والميديا

- **إنتاج الفيديو**

الخدمة	الوصف
فيديوهات تعريفية	تعريف بالشركة والخدمات
فيديوهات تسويقية	ترويج المنتجات والعروض
فيديوهات تعليمية	شرح وتوضيح
إعلانات فيديو	إعلانات قصيرة للمنصات
البث المباشر	تغطية الفعاليات

- **التصوير الفوتوغرافي**

الخدمة	الوصف
تصوير المنتجات	صور احترافية للمنتجات
تصوير الفعاليات	تغطية المناسبات
تصوير الأماكن	صور المقرات والفروع
تصوير البورتريه	صور الفريق والإدارة

- **الموشن جرافيك والرسوم**

الخدمة	الوصف
رسوم متحركة تعريفية	فيديوهات أنيميشن للشركة
فيديوهات شرح المنتجات	توضيح طريقة الاستخدام
إعلانات متحركة	إعلانات جذابة للسوشيال
شارات البداية والنهاية	مقدمات ونهايات للفيديوهات
الإنفوجرافيك	عرض البيانات بصرياً

- **المونتاج والتحرير**

الخدمة	الوصف
مونتاج الفيديو	تحرير وتجميع المقاطع
تصحيح الألوان	معالجة الصورة
إضافة المؤثرات	جرافيك ونصوص
الصوت والموسيقى	معالجة صوتية

3.3الدعاية والإعلان

- **الإعلانات الخارجية**

الخدمة	الوصف
لافتات الشوارع	لوحات الطرق الرئيسية
لافتات المحلات	واجهات المحلات والمكاتب
البنرات	بنرات المعارض والفعاليات
اللافتات الداخلية	لافتات الأقسام والإرشادات
الشاشات الرقميةLED	إعلانات رقمية خارجية

- **الطباعة والمطبوعات**

الخدمة	الوصف
البروشورات	كتيبات تعريفية
الكتالوجات	كتالوجات المنتجات
الفلايرز	نشرات إعلانية
البوسترات	ملصقات إعلانية
المجلات والنشرات	مطبوعات دورية
التقارير السنوية	تقارير الأداء

- **التصنيع والإنتاج**

الخدمة	الوصف
الحروف المضيئة	حروف بارزة مضيئة
الكلادينج	تغليف الواجهات والمباني
الطباعة السبليميشن	طباعة على الخامات
حفر الليزر	حفر وتقطيع بالليزر
الهدايا الدعائية	هدايا ومنتجات ترويجية
إعلانات المركبات	تغليف السيارات

3.4تصميمات الحملات والسوشيال ميديا

- **تصميمات السوشيال ميديا**

الخدمة	الوصف
منشورات فيسبوك وإنستغرام	تصاميم يومية
الستوريز	قصص تفاعلية
كوفرات الصفحات	أغلفة احترافية
قوالب الريلز	تصاميم الفيديوهات القصيرة
الكروسيل والألبومات	منشورات متعددة الصور

- **تصميمات الحملات**

الخدمة	الوصف
البوسترات الإعلانية	**بوسترات بأحجام مختلفة**
المواد الترويجية	**كتيبات وفلايرز العروض**
الحملات المتكاملة	**تصاميم موحدة عبر كل القنوات**
حملات المواسم	**تصاميم للمناسبات والأعياد**

الخدمات المتخصصة

4.1الخدمات العقارية المتخصصة

لشركات التطوير العقاري

الخدمة	الوصف
التسويق الرقمي للعقارات	حملات متخصصة للعقارات
الاستشارات الاستثمارية	نصائح استثمارية عقارية
إدارة قاعدة العملاء	نظام CRM عقاري
خدمات ما بعد البيع	متابعة ودعم المشترين
التحليل والتقارير	تحليل السوق وتقارير الأداء

4.2تنظيم الفعاليات والمؤتمرات

المرحلة	الخدمات
التخطيط	التخطيط الاستراتيجي، تحديد الأهداف، الميزانية
التنظيم	إدارة المعارض التجارية، المؤتمرات، ورش العمل، فعاليات الشركات
الإنتاج	التجهيزات التقنية، الصوت والإضاءة، التصميم والديكور
الضيافة	الاستقبال، الضيافة، الخدمات المساندة
التسويق	الترويج للفعالية، الحملات التسويقية
اللوجستيات	التنسيق، النقل، التركيب
التقنيات	حلول رقمية، تطبيقات الفعاليات، البث المباشر
المتابعة	التقييم، التقارير، إدارة العلاقات

الباقات والعروض

برنامج إحالة العملاء

نوع الإحالة	مكافأة المُحيل	خصم العميل الجديد
مشروع أقل من 20,000 ج	1,000ج نقداً	خصم 10%
مشروع 20,000 - 50,000 ج	2,500ج نقداً	خصم 15%
مشروع أكثر من 50,000 ج	5,000ج نقداً	خصم 20%

عروض الباقات المتكاملة

الباقة	الخصم
موقع + تسويق	%10
موقع + تسويق + تصميم	%15
الباقة الكاملة	%20

عروض الدفع المقدم

نسبة الدفع المقدم	الخصم الإضافي
100% مقدماً	10%
70% مقدماً	5%

ثانيا : عرض الخدمات بشكل تفصيلي وشامل

(1) الاستشارات وتطوير الأعمال

1- الاستشارات الادارية

تحليل الهيكل التنظيمي	تقييم الهيكل وتحديد السلبيات	هيكل تنظيمي حالي +وصف الوظائف	تقرير هيكل محسن +مخطط وظيفي
تطوير السياسات الداخلية	إعداد السياسات واللوائح	(سياسات حالية إن وجدت) + أهداف الإدارة	دليل سياسات وإجراءات موحد
إدارة الأداء	تأسيس نظام لتقييم الأداء	بيانات الموظفين +أهداف الأقسام	مع آلية متابعة KPIs نظام تقييم
شئون العاملين	تاسيس نظام شئون العاملين		

2- الاستشارات التسويقية

تحليل السوق المستهدف	تحليل العملاء والسوق	بيانات العملاء والمبيعات	تقرير مفصل بالفئات المستهدفة
وضع استراتيجية التسويق	خطة تسويق شاملة	أهداف التسويق والميزانية	استراتيجية مكتوبة بجميع القنوات
تحديد الرسالة التسويقية	صياغة رسائل فعالة	مواصفات العرض /المنتج	دليل رسائل تسويقية ملائم لكل قناة
تحليل المنافسين	تقييم المنافسين بالسوق	قائمة المنافسين +بيانات السوق	تقرير نقاط قوة وضعف المنافسين
قياس الأداء التسويقي	مؤشرات لقياس النتائج	تقارير الحملات السابقة	لوحة متابعة شهرية بالأرقام

3- الاستشارات الاعلانية

تطوير الهوية الإعلانية	بناء هوية للحملات	شعار أو هوية حالية	دليل هوية إعلانية متكامل
استشارات الميزانية	توزيع ميزانية الإعلان	تحديد المبالغ المخصصة	خطة توزيع ميزانية حسب القنوات
دراسات الجدوى الإعلانية	جدوى الحملات الإعلانية	بيانات حملات سابقة /أهداف الحملة	تقرير جدوى وتوصيات محددة
تحليل الأداء	تقييم حملات سابقة	تقارير إعلانات سابقة	تقرير تحليلي وتعليمي
تطوير الرسائل الإعلانية	صياغة رسالة إبداعية	أهداف الإعلان ونوع الجمهور	محتوى وإعلانات جاهزة للنشر
تحليل الجمهور	فهم خصائص الجمهور	بيانات عملاء أو نشاط الشركة	ملف جمهور مفصل قابل للتقسيم
استشارات الإبداع	ابتكار أفكار إعلانية	أهداف ونوع الحملات	مفاهيم وتصاميم جديدة للأفكار
التخطيط الاستراتيجي	وضع خطة إعلانية طويلة	أهداف الشركة	استراتيجية متعددة السنوات

4- دراسة الجدوي

الجدوى الفنية	فحص الإمكانيات التقنية	فكرة المشروع +الاحتياجات التقنية	تقرير متطلبات وحلول فنية
الجدوى المالية	حساب الإيرادات والتكاليف	بيانات التكاليف والسوق المتاح	نموذج مالي 5 سنوات
الجدوى التسويقية	فرصة المشروع في السوق	بيانات المنافسين والعملاء	خطة لدخول وتوسع السوق
تحليل المخاطر	تحديد وإدارة المخاطر	تفاصيل المشروع والسوق المستهدف	خطة لإدارة وتقليل المخاطر
التوصيات النهائية	قرار المتابعة أو التوقف	كل التقارير السابقة	تقرير توصيات قرار نهائي

5- الخطط الاستراتيجية

تحديد الرؤية والرسالة	صياغة هوية الشركة	أهداف الشركة وقيمها	وثيقة رؤية ورسالة واضحة
الأهداف الاستراتيجية	وضع أهداف قابلة للقياس	أولويات الشركة	خطة أهداف بخطوات محددة
استراتيجيات النمو	طرق التوسع والنمو	البيانات المالية والتسويقية	خطة توسع في الأسواق
خطة التنفيذ	جدول خطوات وأدوار	الهيكل الإداري والقوى العاملة	جدول زمني تنفيذ محدد
مراقبة الأداء	نظام متابعة أهداف الشركة	تقارير الأداء ومخرجات التنفيذ	نظام مراجعة ربع سنوي

6- تحليل السوق والمنافسين

حجم السوق	قياس السوق وتوقعاته	بيانات القطاع والمبيعات	تقرير سوق وتوقعات النمو
تقسيم السوق	تحديد الشرائح	بيانات العملاء والمبيعات	خريطة شرائح وصفية
تحليل المنافسة	دراسة المنافسين بالسوق	قائمة المنافسين والمنتجات	ملف تحليل قوة/ضعف المنافسين
الفرص والتهديدات	رصد فرص وتحديات السوق	مجال الصناعة ونشاط الشركة	عملية SWOT مصفوفة
اتجاهات السوق	متابعة التطورات	تقارير مبيعات ودراسات سابقة	تقرير نصف سنوي عن الاتجاهات

7- تأسيس الشركات والكيانات القانونية

اختيار الشكل القانوني	تحديد نوع الشركة الأنسب	نشاط الشركة ورؤية الإدارة	توصية بشكل الكيان القانوني
إجراءات التأسيس	إنهاء الإجراءات الرسمية	بيانات المؤسسين وأوراقهم	سجل تجاري +بطاقة ضريبية
وضع عقد التأسيس	صياغة عقد ونظام أساسي	بيانات الشركاء ونسب الملكية	عقد تأسيس كامل
التراخيص والتصاريح	الحصول على التراخيص	نوع النشاط/الموقع	تراخيص سارية وموثقة
فتح الحسابات	فتح حسابات للشركة	بطاقات تعريف المؤسسين	حسابات بنكية جاهزة

8- إعادة هيكلة الشركات المتعثرة

تشخيص الوضع الحالي	تحليل شامل للهيكل والمشاكل	بيانات الهيكل الحالي	تقرير تشخيص داخلي مفصل
إعادة تصميم الهيكل	وضع هيكل جديد فعال	معلومات الفرق والأدوار	مخطط تنظيمي جديد
إعادة تعريف الأدوار	توزيع الأدوار والمسئوليات	توصيف الوظائف الحالي	أوصاف وظيفية محددة
خطة التنفيذ	برنامج زمني لتطبيق التغييرات	موافقة الإدارة	خطة تنفيذ مجدولة
إدارة التغيير ومتابعة التنفيذ والنتايج	تقليل مقاومة التغيير	فريق العمل المستهدف	برنامج إدارة تغيير

9- استشارات الموارد البشرية

سياسات الموارد البشرية	صياغة سياسات شاملة للموظفين	الإجراءات الداخلية الحالية	دليل سياسات موارد بشرية كامل
هياكل الرواتب	تصميم نظام عادل للرواتب	بيان رواتب الموظفين الحاليين	نظام رواتب متدرج ومحفز
التوظيف والاختيار	تطوير عملية التوظيف	احتياجات الوظائف والمواصفات	نظام توظيف واختيار فعال
تقييم الأداء	تقييم دوري وعادل للموظفين	بيانات أداء الموظفين الحالية	نظام تقييم عادل ودوري
خطط التطوير الوظيفي	رسم مسارات للترقي والتطور	بيانات المؤهلات والمسارات المهنية	خطة تطوير وظيفي ومحفز

2) بناء وتطوير العلامة التجارية

م	الخدمة الفرعية	الوصف	المدخلات من العميل	المخرجات
1	**استراتيجية العلامة التجارية**			
	تحليل السوق والمنافسين	دراسة الوضع التنافسي وتحديد الموقع في السوق	معلومات عن المنافسين، بيانات السوق، أهداف الشركة	تقرير تحليل السوق، خريطة المنافسين، الفرص والتهديدات
	تحديد الجمهور المستهدف	دراسة الفئات المستهدفة وسلوكهم وتفضيلاتهم	بيانات العملاء الحاليين، أهداف التوسع، تحليل المبيعات	خريطة الشخصيات المستهدفة، تحليل سلوك العملاء
	تطوير رسالة البراند	صياغة رسالة ورؤية وقيم العلامة التجارية	رؤية المؤسس، قيم الشركة، الهدف من العمل	وثيقة استراتيجية البراند، الرسالة الأساسية
	تحديد شخصية البراند	وضع طابع وشخصية العلامة التجارية	التفضيلات الشخصية، نبرة التواصل المرغوبة	دليل شخصية البراند، نبرة الصوت والأسلوب
	استراتيجية التمييز	تحديد ما يميز البراند عن المنافسين	نقاط القوة الحالية، الخدمات الفريدة	نقاط التمييز الفريدة، استراتيجية التمييز
2	**تصميم الهوية البصرية**			
	تصميم الشعار الرئيسي	إبداع شعار مميز ومعبر عن العلامة التجارية	موجز التصميم، الألوان المفضلة، أمثلة معجبة	شعار بصيغ متعددةPNG JPG ، 3 مفاهيم مختلفة
	تطوير الألوان المؤسسية	اختيار مجموعة ألوان تعبر عن البراند	التفضيلات اللونية، طبيعة النشاط، الجمهور المستهدف	لوحة الألوان الرسمية، أكواد الألوان بجميع الأنظمة
	اختيار الخطوط المؤسسية	تحديد خطوط رسمية للعلامة التجارية	نوع المحتوى، التفضيلات النصية	مجموعة الخطوط المعتمدة للعربية والإنجليزية
	تصميم الأيقونات والرموز	إنشاء مجموعة أيقونات متناسقة	أنواع الخدمات، العناصر المطلوبة	مكتبة الأيقونات بنفس الطابع البصري
	تصميم الخلفيات والأنماط	أنماط وخلفيات تدعم الهوية البصرية	الاستخدامات المطلوبة، المقاسات	مجموعة الخلفيات للاستخدامات المختلفة
3	**دليل الهوية البصرية**			
	دليل استخدام الشعار	قواعد استخدام الشعار في جميع التطبيقات	الشعار النهائي، أنواع الاستخدامات	دليل الشعار المفصل، الصحيح والخاطئ
	دليل الألوان والاستخدامات	كيفية استخدام الألوان في التصاميم	لوحة الألوان، أنواع التطبيقات	دليل الألوان الشامل مع الأكواد والنسب
	دليل الخطوط والتراكيب	قواعد استخدام الخطوط والنصوص	الخطوط المعتمدة، أنواع المحتوى	دليل الخطوط، أحجام ومسافات
	قوالب جاهزة للاستخدام	تطبيقات عملية للهوية البصرية	أنواع المواد المطلوبة، الاستخدامات	مجموعة قوالب لكل نوع من التصاميم
	إرشادات التطبيق	تعليمات عامة للحفاظ على الهوية	فريق التصميم، أنواع المواد	دليل التطبيق لفرق التصميم
4	**تصميم القرطاسية والمطبوعات**			
	كروت العمل الشخصية	تصميم كروت أعمال للموظفين والإدارة	بيانات الموظفين، المناصب، معلومات التواصل	تصاميم كروت بأحجام قياسية جاهزة للطباعة
	الأوراق الرسمية	ورق مراسلات وفواتير ومستندات	المعلومات الرسمية، أنواع المستندات	قوالب القرطاسية جاهزة للطباعة
	الشهادات والدبلومات	تصميم شهادات تقدير وإنجاز	نوع الشهادات، النصوص المطلوبة	تصاميم شهادات قابلة للتخصيص
	البطاقات التعريفية	بطاقات الموظفين والعضوية	بيانات الموظفين، متطلبات الأمان	تصاميم بطاقات بتقنيات الأمان
	المظاريف والأكياس	تصميم ظروف وأكياس الشركة	الأحجام المطلوبة، الاستخدامات	تصاميم التغليف بأحجام مختلفة
5	**تصميم واجهات المحلات والمكاتب**			
	تصميم الواجهات الخارجية	تصميم واجهة المحل أو المكتب	مخططات المكان، صور الواجهة، الميزانية	مخططات الواجهة ثلاثية الأبعاد
	تصميم الديكور الداخلي	ديكور يعكس هوية العلامة التجارية	مساحة المكان، طبيعة العمل، الميزانية	مخططات الديكور بالألوان والمواد
	تصميم اللافتات والإرشادات	لافتات داخلية وخارجية	أماكن التركيب، النصوص المطلوبة	تصاميم اللافتات مع مواصفات التنفيذ
	تصميم نقاط البيع	مناطق العرض والكاش والاستقبال	طبيعة المنتجات، حجم المبيعات	تصميم نقاط البيع لتحسين تجربة العميل
	الإضاءة والألوان	نظام إضاءة يعزز الهوية البصرية	المساحة، طبيعة النشاط	خطة الإضاءة بدرجات اللون المناسبة
6	**تصميم المواقع الإلكترونية للبراند**			
	تصميم واجهة المستخدمUI	تصميم صفحات الموقع بهوية البراند	أهداف الموقع، المحتوى، المواقع المرجعية	تصاميم واجهات متجاوبة مع جميع الأجهزة
	تجربة المستخدمUX	تحسين رحلة المستخدم في الموقع	سلوك المستخدمين، أهداف الزيارة	خرائط تجربة المستخدم سهلة الاستخدام
	تصميم الصفحات الفرعية	جميع صفحات الموقع بنفس الهوية	محتوى الصفحات، الخدمات المطلوبة	مجموعة صفحات كاملة متناسقة ومترابطة
	عناصر التفاعل	أزرار وقوائم وعناصر تفاعلية	أنواع التفاعل المطلوبة، الوظائف	مكتبة عناصر UI بنفس الطابع البصري

7	تصميم التطبيقات المحمولة			
	تصميم واجهات التطبيق	تصميم شاشات التطبيق بهوية البراند	فكرة التطبيق، الوظائف، الجمهور المستهدف	تصاميم شاشات لنظامي iOS وAndroid
	تصميم أيقونة التطبيق	أيقونة التطبيق في المتاجر	فكرة التطبيق، متطلبات المتاجر	أيقونة التطبيق بجميع الأحجام المطلوبة
	تجربة المستخدم للجوال	تحسين التفاعل للشاشات الصغيرة	سلوك مستخدمي الجوال، الوظائف الأساسية	UXمحسن للجوال سهل اللمس والتنقل
	الرسوم المتحركة	حركات وانتقالات تعزز التجربة	نوع التطبيق، التفاعلات المطلوبة	رسوم متحركة تعكس شخصية البراند
	دليل التطبيق	إرشادات تطبيق الهوية في الجوال	التصاميم النهائية، فريق التطوير	دليل تطبيقات الجوال للمطورين والمصممين
8	تصميم المنتجات والتغليف			
	تصميم عبوات المنتجات	تغليف يعكس قيمة وهوية البراند	معلومات المنتجات، متطلبات التغليف	تصاميم التغليف جذابة وعملية
	تصميم الملصقات والإيتيكت	ملصقات المنتجات والمعلومات	محتوى الملصقات، المعايير القانونية	تصاميم الملصقات بالمعايير القانونية
	تصميم الصناديق والحاويات	عبوات الشحن والتخزين	أحجام المنتجات، طرق الشحن	تصاميم الصناديق تحمي المنتج وتسوق للبراند
	تصميم أكياس التسوق	أكياس ورقية وبلاستيكية	الأحجام، الاستخدامات، البيئة	تصاميم أكياس صديقة للبيئة
	تصميم بطاقات المنتج	بطاقات تعريف وضمان	معلومات المنتجات، الضمانات	تصاميم بطاقات معلوماتية وجذابة
9	تصميمات الحملات التسويقية			
	تصميم البوسترات الإعلانية	بوسترات للحملات والعروض الترويجية	أهداف الحملة، الرسالة، الجمهور	مجموعة بوسترات بأحجام مختلفة
	تصميم المواد الترويجية	كتيبات وفلايرز للعروض	تفاصيل العروض، مدة الحملة	مواد ترويجية جذابة ومقنعة
	تصميم الحملات المتكاملة	تصاميم موحدة لحملة شاملة	استراتيجية الحملة، القنوات المختلفة	حملة بصرية متكاملة عبر جميع القنوات
	تصميم العروض الخاصة	تصاميم للعروض والتخفيضات	تفاصيل العروض، المدة الزمنية	تصاميم عروض جذابة وواضحة
	حملات المواسم والمناسبات	تصاميم للمواسم والأعياد	المناسبة، الجمهور المستهدف	تصاميم موسمية تواكب المناسبات
10	تصميمات السوشيال ميديا			
	منشورات فيسبوك وإنستغرام	تصاميم للمنشورات العادية	استراتيجية المحتوى، الرسائل المطلوبة	مجموعة منشورات متوافقة مع المقاسات
	تصميم الستوريز	قصص فيسبوك وإنستغرام	نوع المحتوى، التفاعل المطلوب	تصاميم ستوريز تفاعلية وجذابة
	تصميم كوفرات الصفحات	أغلفة صفحات السوشيال ميديا	معلومات الصفحة، الرسالة الأساسية	كوفرات احترافية لجميع المنصات
	تصميم قوالب ريلز فيديوهات	تصاميم للفيديوهات القصيرة	نوع المحتوى، الهدف من الفيديو	قوالب فيديو مع النصوص والجرافيك
	تصميمات كروسيل والبومات	منشورات متعددة الصور	المحتوى، ترتيب المعلومات	ألبومات منظمة وجذابة
11	تصميمات المطبوعات التجارية			
	تصميم البروشورات	كتيبات تعريفية بالشركة والخدمات	محتوى الشركة، الخدمات، الصور	بروشورات احترافية قابلة للطي
	تصميم الكتالوجات	كتالوجات المنتجات والخدمات	قائمة المنتجات، الأسعار، المواصفات	كتالوجات شاملة بترقيم الصفحات
	تصميم الفلايرز	نشرات إعلانية سريعة	الرسالة الإعلانية، العرض المحدد	فلايرز جذابة للتوزيع السريع
	تصميم المجلات والنشرات	مجلات دورية ونشرات أخبار	المحتوى، الأخبار، التخطيط المطلوب	مطبوعات دورية بتخطيط احترافي
	تصميم التقارير السنوية	تقارير أداء الشركة	البيانات المالية، الإنجازات، الأهداف	تقرير سنوي احترافي ومرتب
12	تصميمات اللافتات والبنرات			
	اللافتات الخارجية	لافتات الشوارع والطرق الرئيسية	مكان التركيب، الرسالة، المدة	تصاميم لافتات كبيرة مقاومة للطقس
	البنرات الإعلانية	بنرات للمعارض والفعاليات	حجم البنر، نوع الفعالية، الرسالة	بنرات قابلة للنقل سهلة التركيب
	لافتات المحلات	لافتات واجهات المحلات	مساحة الواجهة، متطلبات البلدية	لافتات مضيئة وعادية بمواصفات البلدية
	اللافتات الداخلية	لافتات المكاتب والأقسام	المساحات الداخلية، الأقسام	لافتات إرشادية واضحة ومفهومة
	لافتات المعارض والفعاليات	لافتات خاصة بالمشاركات	نوع المعرض، المساحة المتاحة	لافتات احترافية تجذب الزوار
	تصميم المنتجات D3	عروض ثلاثية الأبعاد للمنتجات	مواصفات المنتج، الاستخدام المطلوب	مجسمات رقمية عالية الدقة
13	تصميمات ثلاثية الأبعاد			
	تصميم المعارض والأجنحة	تصاميم معارض وأماكن العرض	مساحة المعرض، الأهداف، الميزانية	مخططات ثلاثية الأبعاد واقعية ومفصلة
	تصميم الديكورات	ديكور داخلي وخارجي ثلاثي الأبعاد	المساحة، النمط المطلوب، الميزانية	جولات افتراضية تفاعلية
	نماذج المباني والمشاريع	تصاميم المباني والمجمعات	المخططات الهندسية، المتطلبات	نماذج ثلاثية الأبعاد للمباني
	الجولات الافتراضية	جولات تفاعلية للمساحات	صور المكان، الوظائف المطلوبة	جولة افتراضية تفاعلية
14	تصميمات الموشن جرافيك			
	رسوم متحركة تعريفية	فيديوهات تعريف بالشركة	معلومات الشركة، النبرة المطلوبة، المدة	فيديو رسوم متحركة تعريفي احترافي
	فيديوهات تسويقية	فيديوهات ترويجية للمنتجات	تفاصيل المنتج، الجمهور المستهدف	فيديوهات تسويقية مؤثرة
	شرح المنتجات بالرسوم	فيديوهات توضح كيفية الاستخدام	طريقة الاستخدام، النقاط المهمة	فيديوهات شرح مبسطة وواضحة
	إعلانات متحركة	إعلانات قصيرة للسوشيال ميديا	رسالة الإعلان، المنصة المستهدفة	إعلانات متحركة جذابة ومؤثرة
	شارة البداية والنهاية	مقدمات ونهايات للفيديوهات	أسلوب الفيديوهات، المدة المطلوبة	شارات احترافية بالهوية البصرية
15	تصميمات الإنفوجرافيك			
	الإنفوجرافيك التعليمي	شرح المعلومات بطريقة بصرية	المعلومات المراد شرحها، الجمهور المستهدف	رسوم بيانية تعليمية مبسطة وواضحة
	إنفوجرافيك الإحصائيات	عرض البيانات والأرقام	البيانات الرقمية، مصادر المعلومات	رسوم إحصائية دقيقة وجذابة
	إنفوجرافيك العمليات	شرح خطوات العمل والإجراءات	خطوات العملية، التسلسل المطلوب	مخططات العمليات متسلسلة ومنطقية
	إنفوجرافيك المقارنات	مقارنة المنتجات أو الخدمات	عناصر المقارنة، المعايير	جداول مقارنة بصرية عادلة وموضوعية
	إنفوجرافيك التسويقي	معلومات تسويقية جذابة	الرسالة التسويقية، الإحصائيات المساندة	محتوى تسويقي بصري مقنع ومؤثر

3) التسويق الرقمي المتقدم

1- ادارة وسائل التواصل الاجتماعي

م	العنوان الفرعي	الوصف
1	تحليل الوضع الحالي	دراسة وتحليل الحسابات الموجودة والوضع التنافسي والجمهور المستهدف قبل البدء في أي عمل
2	وضع استراتيجية المحتوى	تطوير خطة شاملة للمحتوى تتضمن أنواع المنشورات والتوقيتات والأهداف لكل منصة
3	تأسيس المنصة بحسابات الشركة	إنشاء أو تحسين الحسابات التجارية بمعلومات الشركة الرسمية وتحسينها للبحث والظهور
4	تهيئة المنصة للبداية القوية	تحسين إعدادات الحساب للحصول على أفضل وصول عضوي وتفاعل مع الخوارزميات
5	إعدادBusiness Manager	إعداد وتنظيم أدوات إدارة الأعمال للمنصات لتسهيل الإدارة والتحكم في الصلاحيات
6	ربط البيكسل وأدوات التتبع	تركيب وإعداد أدوات التتبع لقياس فعالية الإعلانات والحملات التسويقية
7	ربطGoogle Analytics	ربط المنصات بأدوات تحليل جوجل لتتبع الزوار والسلوك على الموقع الإلكتروني
8	ربط Google Maps والمواقع	ربط مواقع الشركة بخرائط جوجل وتحسين الظهور في البحث المحلي
9	ربط المنصات تحت إدارة واحدة	ربط جميع المنصات بأدوات إدارة موحدة لسهولة النشر والمتابعة من مكان واحد
10	ربط الحسابات الإعلانية	ربط وإعداد الحسابات الإعلانية لجميع المنصات مع تحديد الميزانيات والأهداف
11	إعداد الكتالوج والمنتجات	إنشاء وتنظيم كتالوج المنتجات أو الخدمات مع الأسعار والأوصاف على المنصات
12	تحسين SEO للحسابات	تحسين الحسابات لمحركات البحث لزيادة الظهور في نتائج البحث الطبيعية
13	إعداد نظام CRM المتكامل	ربط المنصات بنظام إدارة علاقات العملاء لتتبع العملاء المحتملين والمبيعات
14	كتابة وجدولة المنشورات	إنتاج وكتابة المحتوى النصي وجدولته للنشر في الأوقات المثلى لكل منصة
15	إدارة التفاعل والردود	الرد على التعليقات والرسائل والتفاعل مع الجمهور بشكل مهني ومستمر
16	إدارة المجتمع والمتابعين	بناء مجتمع نشط حول العلامة التجارية وتحفيز التفاعل والولاء للعلامة
17	خدمة العملاء المتقدمة	تقديم دعم فني ومساعدة شاملة للعملاء عبر المنصات الاجتماعية بشكل مهني
18	إدارة الستوريز والمحتوى المؤقت	إنتاج وإدارة المحتوى المؤقت والستوريز بشكل يومي لزيادة التفاعل
19	البث المباشر والفعاليات	تنظيم وإدارة البث المباشر والفعاليات التفاعلية لزيادة التفاعل المباشر
20	إدارة المجموعات والكوميونيتي	إنشاء وإدارة مجموعات خاصة بالعملاء أو المهتمين بالعلامة التجارية
21	الردود الآلية والشات بوت	إعداد نظام ردود آلي ذكي للتعامل مع الاستفسارات الأساسية على مدار الساعة
22	تقارير وإحصائيات شهرية	إعداد تقارير شاملة عن الأداء والنمو والتفاعل مع توصيات التحسين
23	تحليل أداء المنافسين	دراسة ومراقبة استراتيجيات المنافسين وتحليل نقاط القوة والضعف
24	إدارة الأزمات والسمعة	مراقبة وإدارة السمعة الرقمية والاستجابة السريعة للأزمات أو التعليقات السلبية

2- إعلانات مدفوعة متقدمة

م	نوع الإعلان
1	إعلانات الوعي والوصول
2	إعلانات التفاعل والمشاركة
3	إعلانات زيادة المتابعين
4	إعلانات التحويل والمبيعات
5	إعلانات إعادة الاستهداف
6	إعلانات التطبيقات والتحميلات
7	إعلانات الأحداث والفعاليات
8	إعلانات الفيديو المتخصصة
9	إعلانات المحتوى المدعوم
10	إعلانات التجارة الإلكترونية
11	إعلانات محلية ومرتبطة بالموقع

3- تسويق المحتوي

م	الخدمة	الوصف
1	المقالات والمدونات	كتابة مقالات احترافية ومحتوى مدونات لتعزيز حضور العلامة التجارية
2	كتابة البوستات	محتوى يومي إبداعي لمنصات التواصل الاجتماعي
3	كتابة محتوي الفيديوهات	كتابة محتوي الفيديوهات . شرح وتعليم تُظهر خبرة الشركة
5	كتابة النصوص الإعلانية	نصوص إعلانية مؤثرة للحملات المدفوعة
6	كتابة محتوى المواقع	كتابة صفحات الموقع الإلكتروني بطريقة احترافية
7	البودكاست والمحتوى الصوتي	إنتاج محتوى صوتي متميز لبناء خبرة الشركة
8	محتوى اللينكد إن المهني	محتوى متخصص للشبكات المهنية لبناء الخبرة
9	قصص العملاء والشهادات	كتابة قصص نجاح حقيقية للعملاء لبناء الثقة
10	محتوى المعارض والفعاليات	محتوى ترويجي للفعاليات والمشاركات

4- تحسين محركات البحثSEO

م	الخدمة	الوصف
1	تحليل الكلمات المفتاحية	بحث وتحليل أفضل الكلمات المفتاحية المربحة للموقع
2	تحسين المحتوى	إعادة كتابة وتحسين محتوى الموقع لمحركات البحث
3	التحسين التقني للموقع	إصلاح المشاكل التقنية التي تؤثر على الترتيب
4	بناء الروابط الخلفية	الحصول على روابط خلفية عالية الجودة من مواقع موثوقة
5	تتبع الترتيب	مراقبة يومية لترتيب الكلمات المفتاحية في محركات البحث
6	السيو المحلي	تحسين الظهور في البحث المحلي وخرائط جوجل
7	تحليل المنافسينSEO	دراسة استراتيجيات المنافسين في محركات البحث
8	تدقيق الموقعSEO	فحص شامل لحالة الموقع من ناحية تحسين محركات البحث
9	إنتاج المحتوىSEO	كتابة مقالات ومحتوى محسن لمحركات البحث
10	تحسين الصور والوسائط	تحسين الصور والفيديوهات لتحسين سرعة الموقع والترتيب
11	Schema Markup	إضافة رموز منظمة لمساعدة محركات البحث على فهم المحتوى
12	إعدادGoogle Analytics & Search Console	تركيب وإعداد أدوات جوجل لمراقبة الأداء
13	تحسين معدل التحويلSEO	تحسين الصفحات لزيادة التحويلات من زوار البحث العضوي
14	التسويق بالمحتوىSEO	استراتيجية محتوى شاملة مربوطة بـSEO
15	SEOللتجارة الإلكترونية	تحسين المتاجر الإلكترونية لمحركات البحث

سيتم استكمال باقي الخدمات من ملف خدمات الويب سايت بعد مراجعته واعتماده , فيتم نقلة فى هذا الملف كما هو بعد الاعتماد

4) البرمجة والتطوير التقني

الرقم	العنوان الفرعي	الوصف
1	تأسيس مواقع الويب	تطوير مواقع ويب متكاملة بجميع خدماتها
2	تأسيس تطبيقات الويب	تطبيقات ويب متقدمة وتفاعلية
3	نظامCRM Next	نظام إدارة علاقات العملاء المتطور
4	نظامERP Next	نظام تخطيط موارد المؤسسة المتكامل
5	تطبيقات الجوال	تطبيقات iOS وAndroid
6	أنظمة التجارة الإلكترونية	منصات بيع أونلاين متكاملة
7	أنظمة إدارة المحتوى	CMSمخصصة وإدارة المحتوى
8	الذكاء الاصطناعي والأتمتة	حلول AI وأتمتة العمليات
9	الحلول السحابية والاستضافة	خدمات سحابية وإدارة الخوادم

5) الدعاية والإعلان المتكامل

الرقم	العنوان الفرعي	الوصف
1	الإعلانات الخارجية (أوت دور)	لافتات ولوحات إعلانية خارجية متنوعة
2	تصنيع اللافتات والحروف المضيئة	ورشة تصنيع متخصصة للافتات والحروف
3	الكلادينج وتغليف المباني	تغليف الواجهات والمباني بالكلادينج
4	الطباعة والمطبوعات الإعلانية	مطبوعات إعلانية بجميع أنواعها
5	الطباعة السبليميشن	طباعة على الخامات المختلفة
6	حفر الليزر والتقطيع	حفر وتقطيع بتقنية الليزر
7	الهدايا الدعائية	هدايا ومنتجات ترويجية مخصصة
8	إعلانات المركبات	إعلانات على السيارات والحافلات
9	تنظيم المعارض والفعاليات	إدارة وتنظيم الأحداث الترويجية
10	مستلزمات المعارض والمؤتمرات	تجهيز كامل للمعارض والمؤتمرات
11	الإعلانات الرقمية الخارجية	شاشات LED ولوحات رقمية
12	الإعلانات الداخلية	إعلانات الأماكن المغلقة
13	إدارة الحملات الإعلانية	تخطيط وإدارة الحملات الشاملة
14	إعلانات نقاط البيع	مواد إعلانية داخل المتاجر
15	الاستشارات الإعلانية	استشارات متخصصة في الدعاية

6) إنتاج المحتوى والميديا

الرقم	العنوان الفرعي	الوصف
1	**إنتاج المحتوى المرئي (فيديو)**	إنتاج فيديوهات احترافية بجميع أنواعها
2	**المونتاج والتحرير المتقدم**	تحرير ومونتاج الفيديوهات والصوتيات
3	**التصوير الفوتوغرافي الاحترافي**	تصوير المنتجات والفعاليات والبورتريه
4	**إنتاج البودكاست والمحتوى الصوتي**	إنتاج البرامج الصوتية والبودكاست
5	**كتابة المحتوى والكوبي رايتنج**	كتابة المحتوى التسويقي والإبداعي
6	**إنتاج الرسوم المتحركة والموشن جرافيك**	رسوم متحركة ثنائية وثلاثية الأبعاد
7	**إدارة منصات السوشيال ميديا**	إدارة شاملة لحسابات التواصل الاجتماعي
8	**إنتاج المحتوى التعليمي**	كورسات ومحتوى تدريبي
9	**إنتاج الإعلانات الرقمية**	إعلانات مرئية ومسموعة للمنصات

7) خدمات عقارية متخصصة (بروكر لشركات التطوير العقاري)

الرقم	العنوان الفرعي	الوصف
1	**الوساطة العقارية والتسويق**	بيع وتسويق المشاريع العقارية للمطورين
2	**إدارة فرق المبيعات العقارية**	تكوين وإدارة فرق مبيعات متخصصة
3	**التسويق الرقمي للعقارات**	حملات تسويق رقمية متخصصة للعقارات
4	**الاستشارات الاستثمارية العقارية**	نصائح استثمارية متخصصة في العقارات
5	**إدارة قاعدة بيانات العملاء**	نظام CRM متخصص للعملاء العقاريين
6	**خدمات ما بعد البيع**	متابعة ودعم العملاء بعد الشراء
7	**التحليل والتقارير العقارية**	تحليل السوق وتقارير الأداء
8	**التسويق التقليدي للعقارات**	إعلانات ومواد تسويقية تقليدية
9	**جولات افتراضية ثلاثية الأبعاد**	
10	**إدارة العلاقات مع المطورين**	شراكات استراتيجية مع شركات التطوير
11	**التدريب والتطوير المهني**	تدريب فرق المبيعات والتطوير المستمر

24. منهجية العمل والعمليات

(8) منهجية العمل ورحلة العميل مع سويد

10- نفهمك... نحللك... نصممك

خريطة رحلة العميل الكاملة

المرحلة	النشاط	المدة الزمنية	المخرجات	الفائدة للعميل
المرحلة الأولى: الاستشارة والتحليل				
الاجتماع الأول	جلسة استكشافية شاملة	2ساعة	تقرير أولي + خطة مبدئية	فهم عميق لاحتياجاتك الحقيقية
التحليل الشامل	دراسة الوضع الحالي والمنافسين	5-7أيام	تقرير تحليلي 30 صفحة + مصفوفةSWOT	معرفة نقاط قوتك وفرص تطويرك
تحديد الأهداف	وضع أهداف قابلة للقياس	3أيام	خطة أهداف مرحلية + مؤشراتKPIs	أهداف واضحة ومحددة بالأرقام
التوصيات الأولية	إعداد خطة العمل المقترحة	3-5أيام	خطة تنفيذية مفصلة + الميزانية	خارطة طريق واضحة للنجاح
المرحلة الثانية: التخطيط والتصميم				
الخطة التفصيلية	وضع الخطة النهائية للتنفيذ	5-7أيام	خطة تنفيذية شاملة	ضمان التنفيذ السليم
تحديد الجداول	وضع الجدول الزمني التفصيلي	2-3أيام	جدول زمني محدد بالمواعيد	التزام كامل بالمواعيد
توزيع المهام	تحديد الفريق المسؤول	2يوم	مصفوفة المسؤوليات	فريق متخصص لكل مهمة
موافقة العميل	مراجعة واعتماد الخطة	1-2يوم	اتفاقية التنفيذ النهائية	ضمان تنفيذ ما اتفقتم عليه
المرحلة الثالثة: التنفيذ والمتابعة				
بدء التنفيذ	تشغيل الخطة وفق الجدول	حسب طبيعة المشروع	تقارير أسبوعية + تحديثات	متابعة مستمرة لسير العمل
تقارير التقدم	متابعة دورية للإنجاز	أسبوعية	تقارير تقدم مفصلة	شفافية كاملة في العمل
التواصل المستمر	تحديثات منتظمة	يومية	رسائل تحديث + مكالمات	تواصل مباشر دون انقطاع
حل التحديات	معالجة أي مشاكل طارئة	فورية	حلول بديلة + تعديلات	سرعة في حل أي مشكلة
المرحلة الرابعة: التقييم والتطوير				
تقييم النتائج	قياس الأداء وفق المؤشرات	3-5أيام	تقرير تقييم شامل	معرفة دقيقة لما تحقق
قياس المؤشرات	مراجعة تحقيق الأهداف	2-3أيام	تقرير مؤشرات الأداء	أرقام واضحة للنجاح
التغذية الراجعة	جمع آراء العميل	2-3أيام	استبيان رضا + مقترحات	تحسين مستمر للخدمة
خطط التحسين	وضع خطط التطوير المستقبلي	3-5أيام	خطة تحسين مستقبلية	استمرارية التطوير

لماذا سويد الخيار الأمثل

نقاط التميز

- خبرة متكاملة 15 سنة في جميع التخصصات تحت سقف واحد
- فريق محترف مدرب على أحدث التقنيات والممارسات
- أسعار تنافسية مع أعلى مستويات الجودة
- سرعة في التنفيذ بدون التضحية بالجودة
- مرونة في التعامل مع متطلبات العملاء المختلفة
- دعم مستمر حتى بعد انتهاء المشروع

25. القطاعات والعملاء

القطاعات المستهدفة التي نخدمها

الشركات الناشئة والصغيرة

الخدمة المتخصصة	الوصف	المدة	السعر
باقة التأسيس الشاملة	تأسيس قانوني + هوية بصرية + موقع + تسويق	6-8أسابيع	25,000 - 45,000ج
الاستشارات الأساسية	دراسة جدوى + خطة عمل + متابعة شهرية	3-4أسابيع	8,000 - 15,000ج
الحلول الرقمية المبسطة	موقع أساسي + إدارة وسائل التواصل	4-6أسابيع	12,000 - 25,000ج

نماذج عملائنا من هذا القطاع:

- الشركات التقنية الناشئة
- المتاجر الإلكترونية الجديدة
- المكاتب الاستشارية الصغيرة
- الخدمات المهنية المتخصصة

الشركات المتوسطة والكبيرة

الخدمة المتخصصة	الوصف	المدة	السعر
التحول الرقمي الشامل	أنظمة ERP + CRM + تطوير مخصص	12-20أسبوع	150,000 - 400,000ج
استراتيجيات التوسع	دراسة أسواق + خطط نمو + حملات توسع	8-12أسبوع	80,000 - 200,000ج
إدارة الحملات الكبيرة	حملات متعددة المنصات + ميزانيات ضخمة	مستمر	50,000+ج شهرياً

نماذج عملائنا من هذا القطاع:

- الشركات الصناعية المتوسطة
- المؤسسات الخدمية الكبيرة
- شركات التوزيع والتجارة
- المجموعات التجارية المتنوعة

القطاع العقاري والإنشائي

الخدمة المتخصصة	الوصف	المدة	السعر
تسويق المشاريع العقارية	حملات شاملة + مواد تسويقية + إدارة مبيعات	8-16أسبوع	100,000 - 300,000ج
أنظمة إدارة المبيعات	CRMعقاري + متابعة عملاء + تقارير متقدمة	6-10أسابيع	60,000 - 120,000ج
الحملات التسويقية المتخصصة	إعلانات عقارية + جولات افتراضية + معارض	حسب الحاجة	30,000 - 100,000ج

نماذج عملائنا من هذا القطاع:

- شركات التطوير العقاري الكبيرة
- المكاتب الهندسية الاستشارية
- شركات المقاولات والإنشاءات
- شركات إدارة العقارات

26. إنجازاتنا وأرقامنا المميزة

الإحصائيات الأساسية

المؤشر	الرقم	معدل النجاح
إجمالي العملاء المنجزة مشاريعهم	+150عميل	نسبة رضا 95%
إجمالي المشاريع المكتملة	+300مشروع	تسليم في الوقت 98%
سنوات الخبرة المتراكمة	+8سنوات	في جميع القطاعات
الأقسام المتخصصة	5أقسام	تكامل شامل
حجم الفريق	+25متخصص	خبرة عملية مؤكدة

توزيع عملائنا حسب القطاعات

القطاع	عدد العملاء	نسبة المحفظة
التطوير العقاري	15شركة كبرى	10%
التكنولوجيا والتقنية	+40شركة ناشئة	27%
التجارة الإلكترونية	+60متجر	40%
الخدمات المهنية	+35مكتب	23%

27. التفاعل والمشاركة

الأسئلة الشائعة

أسئلة عن الشركة

السؤال	الإجابة المختصرة
كم سنة خبرة لديكم؟	16 +سنوات في السوق المصري والخليجي
ما هي خدماتكم الأساسية؟	5أقسام: تسويق إلكتروني، برمجة، تصميم، دعاية، استشارات
أين تقدمون خدماتكم؟	مصر والخليج (السعودية، الإمارات، الكويت)
ما ضماناتكم؟	ضمان جودة سنة كاملة + ضمان التسليم في الموعد

أسئلة الخدمات والأسعار

السؤال	الإجابة العملية
كيف تحددون الأسعار؟	حسب نطاق المشروع + التقنيات المطلوبة + المدة الزمنية
ما طرق الدفع المتاحة؟	نقد، تحويل بنكي، فيزا، فوري - دفع على مراحل
كم تستغرق المشاريع؟	مواقع بسيطة: 4-6 أسابيع، أنظمة معقدة: 12-20 أسبوع
هل تقدمون خصومات؟	خصم 15% للعملاء الجدد، 20% للباقات الشاملة

أسئلة العمليات

السؤال	الإجابة الواضحة
كيف نبدأ التعاون؟	استشارة مجانية ← عرض سعر ← عقد ← بدء التنفيذ
كيف تتم المتابعة؟	تقارير أسبوعية + اجتماعات دورية + تحديثات فورية
ماذا لو احتجنا تعديلات؟	التعديلات الأولى مجانية، التعديلات الإضافية بأسعار مخفضة
هل يوجد دعم بعد التسليم؟	دعم فني مجاني لمدة سنة + صيانة دورية

هل تواجه هذه التحديات؟

تحديات التسويق الشائعة

المشكلة الأولى: ضعف الوصول للعملاء

- عدد المتابعين قليل رغم المحتوى الجيد
- الإعلانات المدفوعة لا تحقق النتائج المطلوبة
- صعوبة في استهداف العملاء المناسبين

حلنا :استراتيجية تسويق متكاملة تزيد الوصول 250%

المشكلة الثانية: انخفاض معدل التحويل

- زوار كثيرون لكن مبيعات قليلة
- عربات الشراء المهجورة
- عملاء يتركون الموقع سريعاً

حلنا :تحسين تجربة المستخدم يرفع التحويل إلى 18-25%

المشكلة الثالثة: ارتفاع تكلفة الإعلانات

- تكلفة عالية للحصول على عميل واحد
- ميزانية الإعلانات تنتهي سريعاً
- عائد ضعيف على الاستثمار الإعلاني

حلنا :إدارة احترافية للحملات توفر 35% من التكاليف

مشاكل التحول الرقمي

التحدي الأول: عدم وجود نظام إدارة موحد

- فوضى في البيانات والملفات
- صعوبة متابعة المبيعات والمخزون
- وقت ضائع في المهام اليدوية

حلنا :أنظمة ERP شاملة تنظم كل شيء في مكان واحد

التحدي الثاني: موقع غير فعال

- موقع قديم لا يجذب العملاء
- بطء في التحميل ومشاكل تقنية
- غير متوافق مع الهواتف المحمولة

حلنا :مواقع حديثة سريعة وجذابة

28. التواصل وبدء الشراكة

معلومات التواصل الأساسية

المقر الرئيسي

التفاصيل	المعلومات
العنوان	مدينة السادات - المنطقة الصناعية الأولى - مبنى 15
الهاتف الأساسي	01068274662
الموبايل	01068274662
الواتساب التجاري	01068274662
البريد الإلكتروني	Mohamedsweed2050@gmail.com
الموقع الإلكتروني	www.sweed.soneed.com

ساعات العمل

اليوم	التوقيت
السبت - الخميس	9:00ص - 8:00 م
الجمعة	2:00م - 8:00 م
الطوارئ والدعم الفني	24/7

وسائل التواصل الاجتماعي

متابعنا على جميع المنصات

المنصة	اسم الحساب	النشاط
فيسبوك	@SweedSolutions	أخبار ونصائح تسويقية
إنستجرام	@Sweed_solutions	أعمالنا وخلف الكواليس
لينكد إن	Sweed Business Solutions	محتوى مهني وتوظيف
يوتيوب	قناة سويد التقنية	دروس ومراجعات
تيك توك		
واتس الاعمال		

خطوات بدء التعاون

الخطوة الأولى: التواصل الأولي

ما تحتاج تحضيره:

- نوع الخدمة المطلوبة
- معلومات أساسية عن شركتك
- الميزانية المتوقعة
- الجدول الزمني المطلوب

الخطوة الثانية: الاستشارة المجانية

مدة الجلسة : 60-90 دقيقة

ما سنناقشه:

- احتياجاتك التفصيلية
- التحديات الحالية
- الحلول المقترحة
- التكلفة المبدئية

الخطوة الثالثة: العرض الفني والمالي

خلال 2-3 أيام عمل ستحصل على:

- عرض سعر مفصل
- خطة العمل الكاملة
- الجدول الزمني للتنفيذ

الخطوة الرابعة: التعاقد والبدء

عند الموافقة:

- توقيع العقد
- دفع المقدم (من 50 : 70 %) حسب كل مشروع واحتياجاته ووقته
- بدء التنفيذ فوراً

حجز موعد إلكترونياً

الخطوات البسيطة

1. ادخل على **www.swid.com/book** :
2. اختر نوع الخدمة
3. حدد التاريخ والوقت المناسب
4. أدخل بياناتك الأساسية
5. أكد الحجز

أنواع المواعيد المتاحة

- **استشارة مجانية :** 60 دقيقة
- **عرض مشروع :** 30 دقيقة
- **متابعة تقدم العمل :** 15 دقيقة
- **دعم فني :** 30 دقيقة

فقط رسالة واحدة تفصلك عن تحقيق أهدافك - تواصل معنا الآن!

أرسل رسالة واتساب سريعة:

مرحباً، أريد استشارة مجانية حول (نوع الخدمة)

01012345678

سويد

نحدد لك الاتجاه ونلتزم معك بالوصول

معاً ستصل

مع خالص التقدير والتقدير ,,,

يعتمد,,

محمـــــد سويـــــد

إستشاري تسويق دولي وتطوير اعمال

Thanks for your Business!