

الخطة الاستراتيجية لحملة الانتخابية



المهندس/ محمود عبادة زيدان

مرشح مجلس النواب 2025

دائرة بندر ومركز كفر الدوار

حزب مستقبل وطن

HELPER10



من هو مرشحنا؟

تعريف بالمرشح

الاسم: المهندس/ محمود عبادة زيدان

الانتماء الحزبي: مرشح فردي عن حزب مستقبل وطن

المؤهل الدراسي: بكالوريوس الزراعة من جامعة عين شمس

السن: 41 عامًا (مواليد 1984)

الحالة الاجتماعية: متزوج

محل الإقامة: العكريشة - كفر الدوار



الخبرة العملية

مسيرة من العمل والعطاء



● رئيس مجلس إدارة المجموعة الأوروبية للتنمية الزراعية

قيادة استراتيجية للمشاريع الزراعية وتطوير الشراكات الدولية في المجال الزراعي

● المدير التنفيذي لمجموعة إيفول القابضة

إدارة الاستثمارات وتطوير الأعمال في مختلف القطاعات الاقتصادية

خبرة واسعة في:

التنمية الزراعية المستدامة

إدارة المشاريع التنموية الكبرى

بناء الشراكات المحلية والدولية

رؤيتنا للحملة

تواصل فعال... تأثير حقيقي

تهدف حملتنا إلى بناء **جسور تواصل مباشرة وفعالة** مع كل أهالي كفر الدوار، مع التركيز بشكل خاص على **تمكين صوت الشباب** وتلبية طموحاتهم من خلال استراتيجية رقمية مبتكرة.

أسس رؤيتنا:

التواصل المباشر

الاستماع لاحتياجات المواطنين وتقديم حلول عملية لمشكلاتهم.

الشمولية

الوصول لكل فئات المجتمع مع تركيز خاص على الشباب.

الابتكار

توظيف أحدث وسائل التكنولوجيا لخدمة أهداف الحملة.

الفعالية

تحقيق نتائج ملموسة وقابلة للقياس في كل مرحلة.

الهدف الرئيسي الأول

الوصول لأكبر عدد ممكن داخل كفر الدوار



تحقيق **أوسع انتشار ممكن** لرسالة وأهداف المهندس محمود زيدان في كل أنحاء بندر ومركز كفر الدوار، لضمان أن **تصل رؤيته لكل بيت** وتتفاعل مع كل مواطن.



تأثير ملموس

تحويل التواصل الرقمي إلى دعم انتخابي على أرض الواقع



تفاعل حقيقي

بناء قناة اتصال مباشرة ومستمرة مع المواطنين



انتشار واسع

الوصول إلى جميع الشرائح والمناطق داخل الدائرة

الفئات المستهدفة الرئيسية

22 - 30 عامًا التركيز على محرك المستقبل: الشباب

تتركز استراتيجيتنا على استهداف **شباب كفر الدوار** باعتبارهم أكثر الفئات تأثيرًا وتفاعلاً مع وسائل التواصل الاجتماعي، وكونهم العمود الفقري للمجتمع المحلي وأساس التغيير الحقيقي نحو مستقبل أفضل للمدينة.

لماذا الشباب؟



مستقبل الدائرة

الاستثمار فيهم هو استثمار في مستقبل كفر الدوار، حيث سيكونون قادة التنمية والتطور في المستقبل القريب.



الأكثر تأثيرًا

هم صناع الرأي العام في محيطهم ومستخدمو التكنولوجيا الأساسيون وأكثر الفئات تفاعلاً مع وسائل التواصل الاجتماعي.



الكتلة التصويتية الأكبر

يمثلون الشريحة الأكبر عددياً في كفر الدوار ولهم تأثير حاسم في نتائج الانتخابات.

يؤثرون في قرارات

4-5

أشخاص في المتوسط

مستخدمي السوشيال ميديا

85%

نسبة الشباب في كفر الدوار

38%

استراتيجية التأثير في الشباب (1): البودكاست

”بودكاست كفر الدوار“: صوت يجمعنا



بودكاست | كفر الدوار

منصة شبابية لنقاش قضايا المجتمع المحلي



إطلاق بودكاست شبابي يكون منصة حقيقية لمناقشة القضايا التي تهمهم.

استضافة نماذج شبابية ناجحة من أبناء المدينة.

عرض رؤية المرشح لحل مشاكلهم بطريقة حوارية وغير تقليدية.

استراتيجية التأثير في الشباب (2): المحتوى البصري

التواصل بلغة العصر: فيسبوك وإنستجرام

تصميم بوستات "كاروسيل" جذابة وعصرية لعرض:

أهداف المرشح الانتخابية: تقديم أهداف الحملة بطريقة مرئية ومبسطة لتسهل فهمها والتفاعل معها.

حلول عملية لمشاكل محلية: طرح مشاكل كفر الدوار وحلولها الفورية والمستقبلية بأسلوب مصور.

قصص نجاح من كفر الدوار: إبراز قصص نجاح حقيقية من المنطقة لتعزيز روح الانتماء والتفاؤل.

الهدف:

تبسيط المعلومات وجعلها سهلة التداول والمشاركة بين الشباب، وزيادة التفاعل مع محتوى الحملة.



شريحة 1 من الكاروسيل
أهداف المرشح الانتخابية

شريحة 2 من الكاروسيل
حلول عملية لمشاكل محلية

شريحة 3 من الكاروسيل
قصص نجاح من كفر الدوار

استراتيجية التأثير في الشباب (3): التغطية المباشرة

نتواجد معكم.. أينما كنتم

تفعيل خاصية البث المباشر: على منصات فيسبوك ويوتيوب لضمان وصول رسالة الحملة للجميع.

نقل حي للفعاليات: تغطية شاملة للندوات والجولات الميدانية والتجمعات الانتخابية الهامة.

التفاعل الفوري: إتاحة فرصة للمتابعين للتعليق والتفاعل مباشرة مع المرشح والفريق.

توسيع دائرة الوصول: الوصول لسرايح لم تتمكن من الحضور الفعلي للفعاليات والمشاركة معهم.



خطة الإعلانات: الأهداف الرقمية

أهدافنا بالأرقام

وصول الإعلانات (Reach)

600,000 "٢"

وصول فريد للإعلانات الممولة

رسائل WhatsApp

500,000

رسالة موجهة للناخبين داخل كفر الدوار

نمو المتابعين

5,000 → 3,000

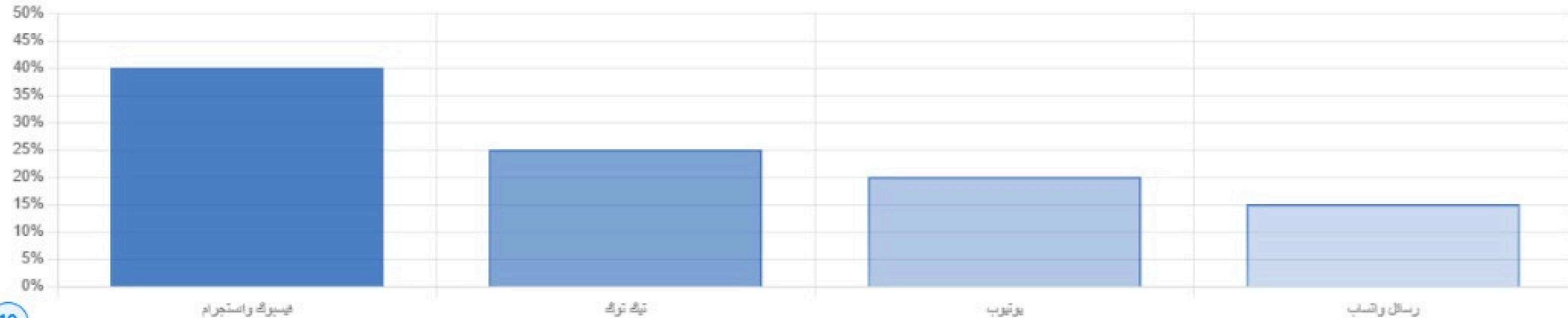
متابع حقيقي ومتفاعل

مشاهدات الفيديو (Video Views)

1,000,000

مشاهدة لمقاطع الفيديو الخاصة بالحملة

توزيع الميزانية على المنصات



منصات الحملة الإعلانية

نصل إليهم حيث يتواجدون

سيتم توزيع الميزانية الإعلانية بذكاء على المنصات الأكثر استخدامًا من قبل الفئة المستهدفة. مع مراعاة طبيعة المحتوى المقدم وسلوك المستخدم على كل منصة.



YouTube

للمحتوى التفصيلي والشورتس

- ✓ منصة مثالية للبودكاست والمحتوى الطويل
- ✓ ميزة Shorts للوصول إلى جمهور الشباب
- ✓ إمكانات استهداف متقدمة حسب الاهتمامات



TikTok

للشباب والمحتوى المؤثر

- ✓ الشريحة المستهدفة الأساسية: الشباب (18-25)
- ✓ محتوى سريع وجذاب يناسب اهتمامات الشباب
- ✓ إمكانية الانتشار السريع للرسائل المبكرة



Meta

Facebook & Instagram

- ✓ الوصول الواسع للفئات العمرية المختلفة
- ✓ منصة مثالية للمحتوى البصري والكاروسيل
- ✓ إمكانية البث المباشر وتفاعل مباشر مع الجمهور

الميزانية الإعلانية

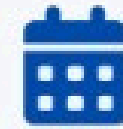
استثمار مدروس لتحقيق أهدافنا

نسعى لتحقيق أقصى استفادة من الميزانية المتاحة من خلال استراتيجية إنفاق ذكية تستهدف **الوصول للجمهور المستهدف** بأقل تكلفة ممكنة وتحقيق **أعلى عائد على الاستثمار**.



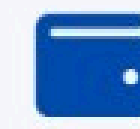
توزيع الميزانية

على المنصات المختلفة حسب الأداء
لتحقيق أفضل عائد على الاستثمار (ROI)



المدة الزمنية

تغطي الفترة الانتخابية بالكامل
من بداية الحملة وحتى يوم الانتخابات



التكلفة الإجمالية

50,000

جنيه مصري

استراتيجية الإنفاق:

الاستهداف الذكي

توجيه الإعلانات للفئات المستهدفة جغرافياً وديموغرافياً.

المراقبة المستمرة

متابعة أداء الإعلانات وتعديل الاستراتيجية وفقاً للنتائج.

خطة المحتوى (1): أجندة البودكاست

حلقتان.. تأثير مضاعف

سيتم إنتاج **حلقتين من البودكاست** خلال الفترة الانتخابية، مدة كل حلقة من **30 إلى 40 دقيقة**. سيتم تقديم المحتوى بأسلوب حوارى جذاب يربط بين اهتمامات الشباب والبرنامج الانتخابي للمهندس محمود زيدان.

مواضيع الحلقات:

الحلقة الثانية | 
الأسبوع الرابع من الحملة

"نبض كفر الدوار"

التركيز بشكل كامل على التحديات والفرص الخاصة بشباب المدينة ورؤية المرشح لتطويرها.

تنمية محلية | مشاريع شبابية | حلول واقعية

الحلقة الأولى | 
الأسبوع الثاني من الحملة

"التريند والقضايا العامة"

مناقشة القضايا الراجحة التي تشغل بال الشباب وربطها بالواقع المحلي في كفر الدوار.

قضايا الشباب | التوظيف | التعليم

النتائج المتوقعة من البودكاست:

 بناء علاقة ثقة وتواصل مباشر مع النا 13

 خلق محتوى قابل للمشاركة عبر المنصات المختلفة

 الوصول لشريحة أوسع من الشباب المثقف

خطة المحتوى (2): إعادة توظيف المحتوى

محتوى واحد.. تأثير متعدد (Content Repurposing)

سيتم تقطيع حلقات البودكاست الطويلة إلى **مقاطع فيديو قصيرة** (Reels/Shorts) مركزة ومؤثرة، ونشرها على المنصات الاجتماعية المختلفة لتعظيم الانتشار والوصول للجمهور الذي يفضل **المحتوى السريع**.

منصات النشر المستهدفة:

Facebook Reels



للوصول لمختلف الفئات العمرية على فيسبوك

YouTube Shorts



للاستفادة من جمهور اليوتيوب ومحرك البحث الثاني عالمياً

Instagram Reels



للوصول للشريحة الشبابية الأكبر على انستجرام

TikTok



لجذب انتباه الشباب عبر محتوى قصير وجذاب

الهدف النهائي:

- تعظيم الانتشار والوصول لجمهور أكبر
- استهداف المتابعين الذين يفضلون المحتوى السريع
- توفير الوقت والجهد بإعادة استخدام المحتوى الحالي
- زيادة التفاعل مع المحتوى من خلال تنوع المنصات

خطة المحتوى (3): كاروسيل الأهداف

برنامجنا الانتخابي.. في نقاط بسيطة

تصميم سلسلة بوستات "كاروسيل" تفاعلية

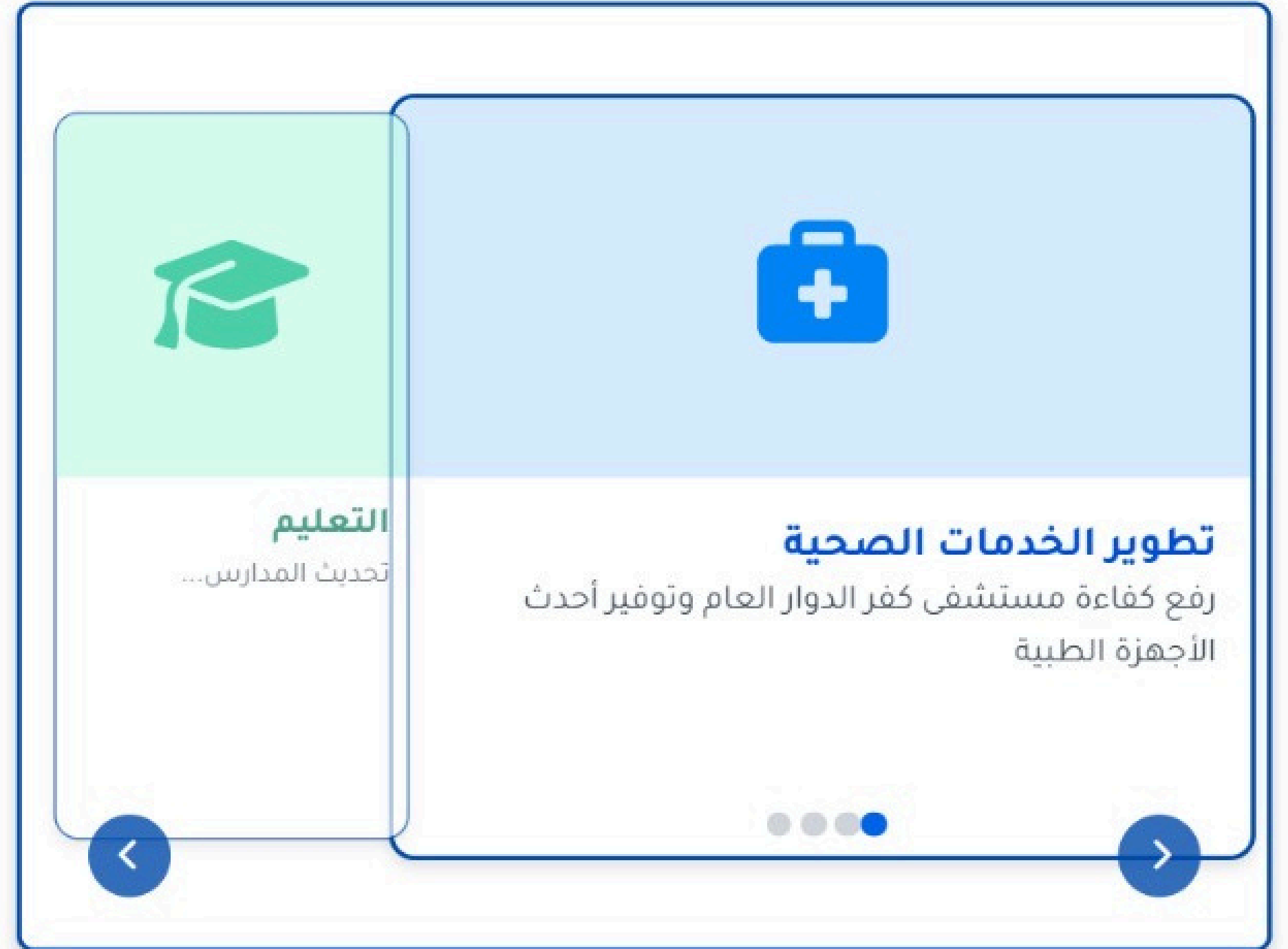
تعرض أهداف المرشح بطريقة بصرية جذابة تناسب اهتمامات الشباب وتسهل المشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي.

هدف واحد لكل كاروسيل

كل كاروسيل يشرح هدفاً واحداً من أهداف البرنامج الانتخابي بشكل مفصل ومبسط.

لغة مباشرة وسهلة الفهم

استخدام تصميم شبابي، أيقونات بسيطة، ومفردات قريبة من لغة الجمهور المستهدف.



خطة المحتوى (4): حجم الإنتاج

حضور رقمي مستمر ومؤثر

سيتم إنتاج وتقديم 30 تصميماً (Creative) مبتكراً خلال فترة الحملة الانتخابية. يشمل المحتوى مجموعة متنوعة من التصميمات للحفاظ على زخم الحملة وتفاعل الجمهور بشكل يومي.

تنوع المحتوى المقدم:



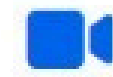
كاروسيل

عروض تقديمية تفاعلية متعددة الصفحات تشرح أهداف وبرنامج المرشح.



صور

صور احترافية للمرشح في مختلف المواقف والمناسبات مع تصميمات جذابة.



فيديوهات

فيديوهات قصيرة وطويلة تشرح برنامج المرشح وتغطي الجولات والندوات.



اقتباسات

تصميمات جذابة للاقتباسات المهمة من خطابات وكلمات المرشح.



انفوجرافيك

عروض مرئية للبيانات والإحصائيات لتسهيل فهم المعلومات المعقدة.

الجدول الزمني: الأسبوع الأول

مرحلة الانطلاق وبناء الوعي



اليوم 7

البث المباشر

أول بث مباشر قصير
للترحيب بالمتابعين والتعريف بالحملة



اليوم 5

الإعلانات

بدء حملة إعلانات ممولة
لزيادة الوعي (Awareness Campaign)



اليوم 3

المحتوى

أول بوست كاروسيل
تعرفي بالمرشح وأهدافه الرئيسية



اليوم 1

الانطلاق

إطلاق الحملة رسميًا
على جميع المنصات الرقمية

نتائج الأسبوع الأول المتوقعة

3000+

تفاعل

50,000+

مشاهدة

1000+

متابع جديد

الجدول الزمني: الأسبوع الثاني

مرحلة بناء الزخم والتفاعل

إطلاق الحلقة الأولى من البودكاست

عرض للقضايا الرائدة التي تشغل بال الشباب وربطها بالواقع المحلي لكفر الدوار



الهدف: 10,000 مستمع

9

نشر مقاطع الريلز المقتطعة من الحلقة

تحويل أجزاء البودكاست لمحتوى قصير مناسب للمنصات المختلفة (إنستجرام، تيك توك، فيسبوك)



الهدف: 15 مقطع فيديو قصير بإجمالي 100,000 مشاهدة

10-12

بث مباشر لأول ندوة جماهيرية

نقل حي للندوة التفاعلية الأولى مع أهالي كفر الدوار وفتح المجال للأسئلة والتعليقات المباشرة



الهدف: 5,000 مشاهد متزامن + 20,000 مشاهدة إجمالية

14

تقدم الحملة مع نهاية الأسبوع الثاني



الجدول الزمني: الأسبوع الثالث

مرحلة تعميق التواصل والوصول

الأسبوع الرابع

الأسبوع الثالث

الأسبوع الثاني

الأسبوع الأول

اليوم 16

إطلاق حملة رسائل الواتساب الموجهة

بدء توجيه رسائل واتساب مخصصة للناخبين في مختلف مناطق كفر الدوار مع محتوى مصمم خصيصاً لكل منطقة وشريحة سكانية.



الوصول المباشر

500,000 رسالة مستهدفة

اليوم 18

نشر كاروسيل تفصيلي عن حلول لمشكلة البطالة

تصميم ونشر منشور تفاعلي متعدد الصفحات على فيسبوك وانستجرام يشرح خطة المهندس محمود زيدان لمعالجة مشكلة البطالة في كفر الدوار.



محتوى تفاعلي

عرض الحلول الواقعية

اليوم 20

تكثيف الإعلانات الممولة للتفاعل (Engagement)

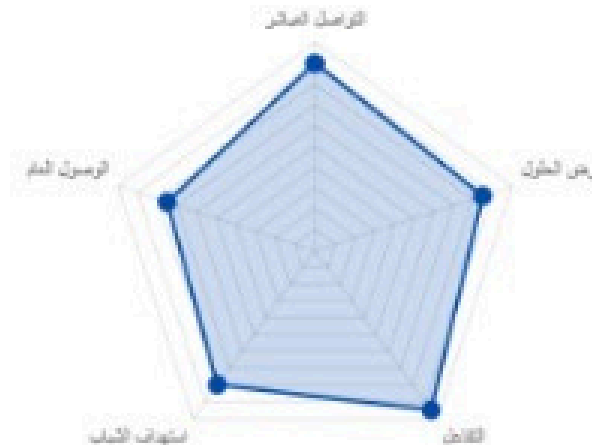
زيادة الميزانية الإعلانية للإعلانات التي تركز على التفاعل، وتحسين الاستهداف بناءً على نتائج الأسبوعين السابقين.



التفاعل المتزايد

توسيع نطاق الوصول

التركيز الاستراتيجي للأسبوع الثالث



الجدول الزمني: الأسبوع الرابع

مرحلة الذروة والحشد

الأسبوع الأول

الأسبوع الثاني

الأسبوع الثالث

الأسبوع الرابع

اليوم 23

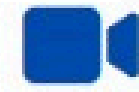
إطلاق الحلقة الثانية من البودكاست



التركيز على قضايا شباب كفر الدوار

اليوم 25

بث مباشر لفعالية انتخابية كبرى



تغطية حية للجمهور على جميع المنصات

اليوم 27

حملة إعلانية مكثفة



لمشاهدات الفيديو لرسالة المرشح الأخيرة

الأيام الأخيرة

محتوى يركز على الحث على المشاركة



تعينة الناخبين والتشجيع على التصويت

توزيع التركيز في الأسبوع الرابع



مؤشرات قياس الأداء (KPIs)

كيف سنقيس نجاحنا؟

معدل التفاعل (Engagement Rate)

نسبة التفاعل (إعجاب، تعليق، مشاركة) إلى الوصول



5-7%

معدل الوصول (Reach)

عدد الأشخاص الذين شاهدوا المحتوى



+600K مستخدم

نمو المتابعين

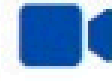
النمو اليومي في عدد المتابعين



2000+ متابع جديد

مشاهدات الفيديو

عدد المشاهدات ونسبة المشاهدة حتى النهاية



1M مشاهدة | 30% إكمال

النقرات على روابط واتساب

معدل النقر على رسائل الواتساب



10-15%

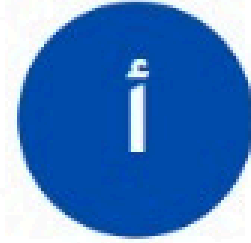
تطور معدلات الأداء خلال فترة الحملة



تحليل الجمهور المستهدف

من نخاطب؟ "أحمد"

شاب من **كفر الدوار**، عمره **25 عامًا**، خريج جامعي يبحث عن فرصة عمل. يستخدم فيسبوك وإنستجرام وتيك توك بشكل يومي. مهتم بالقضايا المحلية ويبحث عن مرشح يفهم مشاكله ويقدم حلولاً واقعية.



أحمد

الشخصية
النموذجية

استراتيجيتنا مصممة للتحدث مباشرة مع "أحمد" وأمثاله.

خصائص الشريحة المستهدفة:

النشاط الرقمي



متواجدون بشكل يومي على منصات التواصل الاجتماعي ويتأثرون بالمحتوى.

التعليم والطموح



خريجون جامعيون لديهم طموحات للعمل والمساهمة في تطوير مجتمعهم.

البحث عن الحلول



يفضلون المرشحين الذين يقدمون حلولاً واقعية لمشكلات البطالة والتنمية.

التأثير الاجتماعي



صناع رأي في محيطهم العائلي والاجتماعي ويشاركون المحتوى مع أقرانهم.

نبرة صوت الحملة

صوتنا.. هو صوتهم

نؤمن بأن **طريقة التواصل** مع الناخبين لا تقل أهمية عن **مضمون الرسالة** نفسها. لذلك نحرص على أن تعكس نبرة صوت حملتنا قيمنا وتتواصل بشكل فعال مع جميع فئات مجتمع كفر الدوار.

خصائص نبرة صوتنا:

شبابية 

نستخدم لغة ومصطلحات قريبة من الشباب تعكس تطلعاتهم واهتماماتهم.

إيجابية 

نركز على الحلول والأمل بدلاً من نقد الآخرين. ونشجع على المشاركة الإيجابية.

مباشرة 

نتحدث بوضوح وصراحة عن البرنامج الانتخابي دون مواربة أو تعقيد.

واقعية 

نقدم وعودًا قابلة للتحقيق ونبتعد عن المبالغة، بما يبني جسور **الثقة** مع الناخبين.

الهوية البصرية للحملة

شكل يعبر عن المضمون

الألوان: استخدام ألوان عصرية وحيوية تعبر عن الشباب والطاقة

■ الأزرق (#004AAD): يعبر عن الثقة والاستقرار

■ الأبيض: يرمز للنقاء والشفافية

■ الذهبي: يضيف لمسة من الفخامة والتميز

الخطوط: خطوط واضحة وسهلة القراءة على شاشات الموبايل

عنوان رئيسي: طجوال عريض (Tajawal Bold)

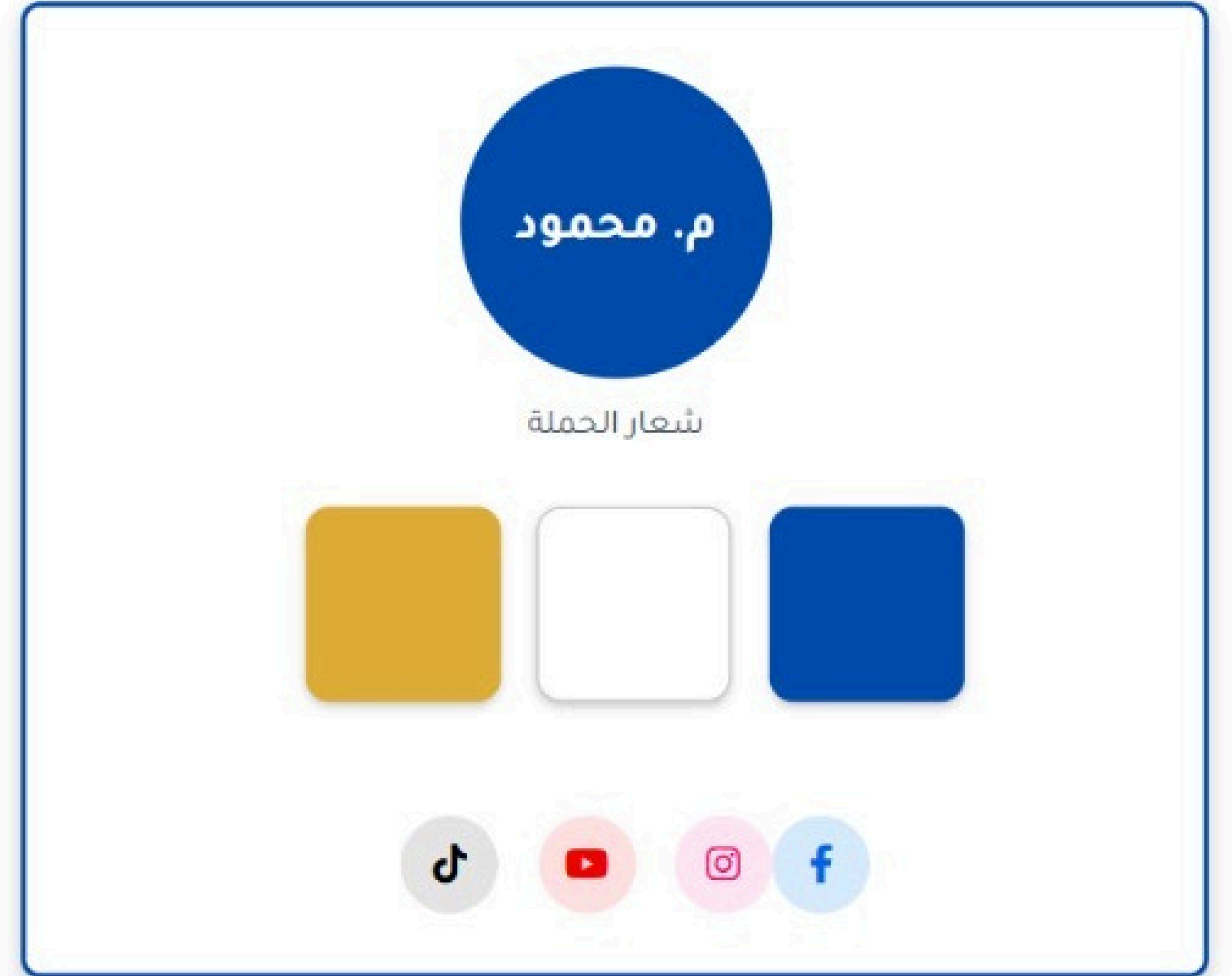
نص عادي: طجوال عادي (Tajawal Regular)

الصور: التركيز على صور عالية الجودة للمرشح

صور احترافية تظهر المرشح بشكل إيجابي وقريب من الناس في نفس الوقت

الشعار: تصميم شعار بسيط وسهل التذكر للحملة

شعار دائري يجمع بين اسم المرشح والرمز البصري للحملة



خطة إدارة الأزمات الرقمية

مستعدون دائمًا

في عالم السوشيال ميديا، الانطباعات تتشكل بسرعة. نحن نمتلك **استراتيجية متكاملة** لإدارة أي أزمة رقمية قد تنشأ خلال الحملة، مع ضمان **الاستجابة السريعة والفعالة** للحفاظ على صورة المرشح والحملة الانتخابية.

محاور خطة إدارة الأزمات:

فريق رصد

فريق متخصص لرصد أي شائعات أو هجوم إعلامي على مدار الساعة.

آلية رد سريع

خطة استباقية للرد السريع والمهني بالحقائق والمعلومات الموثقة.

تحويل السلبيات

استخدام أي هجوم كفرصة لتوضيح الحقائق وكسب تعاطف الجمهور.

مراحل إدارة الأزمة:



الإذار المبكر



التحليل والتقييم



التدخل والاستجابة



25

المتابعة والاستفاده

فريق العمل

فريق 10 Helper: شريكك نحو النجاح

وضع الاستراتيجية وتنفيذها:

فريق متخصص في تحديد الأهداف وتصميم استراتيجيات مخصصة للوصول للشرائح المستهدفة.

إدارة المحتوى وإنتاجه:

خبراء في صناعة محتوى جذاب يتناسب مع احتياجات الجمهور المستهدف.

تنفيذ ومراقبة الحملات الإعلانية:

مختصون في إدارة الإعلانات الرقمية وتحسين أدائها على جميع المنصات.

التحليل وتقديم تقارير الأداء:

قياس النتائج وتحليلها لتحسين الأداء وتقديم تقارير دورية مفصلة.

التصوير والإنتاج المرئي:

فنيون متخصصون في إنتاج مواد مرئية احترافية تعكس هوية الحملة.

HELPER10

فريق متخصص ومتكامل يقود استراتيجيتك الرقمية

لماذا هذه الاستراتيجية هي الأفضل؟

استراتيجية متكاملة وموجهة

لأنها لا تعتمد على أسلوب واحد، بل تجمع بين الوصول الواسع، الاستهداف الدقيق، والتواصل الحديث. النتيجة: تحقيق أقصى تأثير ممكن بالميزانية المتاحة.

مميزات استراتيجيتنا:

الوصول الواسع

من خلال الإعلانات ورسائل الواتساب للتغطية الشاملة لكل فئات المجتمع.

الاستهداف الدقيق

عبر المحتوى المخصص للشباب والفئات المحددة لزيادة فعالية الرسائل.

التواصل الحديث

باستخدام البودكاست والريلز وأدوات التواصل التي يفضلها جمهورنا المستهدف.

توزيع الميزانية

الاستثمار الذكي للميزانية بين المنصات المختلفة بناءً على الأداء.

إعادة التدوير

تحويل المحتوى الواحد إلى أشكال متعددة لتعزيز العائد على الاستثمار.

قابلية القياس

متابعة الأداء وتحسينه بناءً على مؤشرات رقمية دقيقة. 27

رسائلنا الأساسية للحملة

جوهر رسالتنا

"معًا لمستقبل أفضل لكفر الدوار." 

رؤية تشاركية لتطوير المدينة والنهوض بمستقبلها

"صوت الشباب.. في البرلمان." 

تمثيل حقيقي لطموحات وآمال شباب كفر الدوار

"خبرة في العمل.. لخدمة الناس." 

كفاءة مهنية وتجارب عملية موضوعة في خدمة المواطن



رسالة واضحة تصل للجميع

دعوة للعمل

شاركنا.. كن جزءًا من التغيير

❤️ **تابعنا:**

على فيسبوك، إنستجرام، تيك توك، ويوتيوب لمتابعة آخر الأخبار والفعاليات.

🗨️ **شارك:**

آراءك ومقترحاتك في التعليقات ورسائل الصفحة، فنحن نهتم بصوتك.

📢 **انشر:**

المحتوى الذي يعجبك لنوصل صوتنا لأبعد مدى ونحقق التغيير المنشود.



انضم للتغيير

صوتك يصنع مستقبل كفر الدوار

الختام

HELPER10

في عالم اليوم، لا يصل المرشح إلى الناس فقط عبر الشارع، بل عبر الشاشة. مع Helper 10، نضمن أن يكون تأثير المهندس محمود زيدان على السوشيال ميديا بنفس قوة وجوده على أرض الواقع.