

# دراسة جدوى مشروع "هنا لنا" للتدريب على خدمات التسويق الرقمي في قطاع غزة

## مقدمة

مشروع "هنا لنا" يهدف إلى تقديم برامج تدريبية متخصصة في مجال التسويق الرقمي للشباب في قطاع غزة. يُركز المشروع على تمكين الشباب وتأهيلهم بمهارات حديثة تلبي احتياجات سوق العمل المحلي والعالمي، مع الأخذ بعين الاعتبار التحديات الاقتصادية والاجتماعية في القطاع.

## 1. وصف المشروع

- اسم المشروع: هنا لنا للتدريب على خدمات التسويق الرقمي.
- الموقع: قطاع غزة.
- الفكرة: تقديم دورات تدريبية عملية ونظرية في مجالات التسويق الرقمي (مثل تحسين محركات البحث، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلانات الممولة، التسويق بالمحتوى) بأسعار مناسبة للشباب.
- الفئة المستهدفة:
  - الشباب الخريجين.
  - المهنيين الباحثين عن تطوير مهاراتهم.
  - أصحاب المشاريع الصغيرة الذين يرغبون في تحسين استراتيجياتهم التسويقية.

## 2. أهداف المشروع

- تمكين الشباب من دخول سوق العمل الحر المحلي والدولي.
- تحسين مهارات التسويق الرقمي لأصحاب المشاريع الصغيرة.
- توفير فرص عمل مستدامة للشباب من خلال التدريب والتأهيل.
- المساهمة في تحسين الاقتصاد الرقمي في قطاع غزة.

## 3. الخدمات المقدمة

- دورات تدريبية:
  - تحسين محركات البحث (SEO).
  - إدارة الحملات الإعلانية المدفوعة.

- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- كتابة المحتوى التسويقي.

- ورش عمل متقدمة في:
- استخدام أدوات تحليل البيانات.(Google Analytics)
- تصميم الإعلانات باستخدام أدوات التصميم مثل Canva.
- استشارات فردية لأصحاب المشاريع.
- ندوات توعية عن العمل الحر والتسويق الرقمي.

#### 4.تحليل السوق

##### الفجوة السوقية:

- ارتفاع الطلب على المهارات الرقمية بسبب انتشار العمل الحر.
- قلة المؤسسات التي تقدم خدمات تدريب احترافية متخصصة في هذا المجال.

##### المنافسون:

- مراكز تدريب محلية تقدم خدمات تعليمية عامة، لكنها لا تغطي كافة تخصصات التسويق الرقمي.

##### الميزة التنافسية:

- تقديم تدريب عملي وورش عمل باستخدام أحدث الأدوات والمنصات.
- محتوى مخصص يناسب السوق المحلي مع إمكانية التوجه للعمل الدولي.

#### 5.الاحتياجات والتكاليف

##### الاحتياجات:

##### 1 الموقع والتجهيزات:

- قاعة تدريب مجهزة (أجهزة كمبيوتر، إنترنت عالي السرعة، شاشة عرض).
- طابعة وأدوات مكتبية.

##### 2 التكنولوجيا:

- اشتراكات في أدوات تسويق رقمي (SEMrush) ، Canva Pro ، وغيرها.

### 3 الموارد البشرية:

- مدربين متخصصين.
- موظفي إدارة وتسويق.

### 4 مواد تدريبية:

- إعداد دليل تدريبي لكل دورة.
- محتوى إلكتروني قابل للتحميل.

### التكاليف التقديرية:

البند	التكلفة الشهرية (بالدولار)
إيجار القاعة	300
تجهيزات القاعة	1,000 (مرة واحدة)
اشتراكات الأدوات	150
رواتب الموظفين	1,200
مواد تسويقية	200
إجمالي التكاليف الشهرية	1,850

### 6. الإيرادات المتوقعة

#### • رسوم الدورات:

- متوسط رسوم الدورة: 50 دولارًا لكل مشارك.
- عدد المشاركين شهريًا: 50-60 مشارك.
- الإيرادات الشهرية المتوقعة: 2,500 - 3,000 دولار.

### 7. استراتيجية التسويق

#### 1 الترويج عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

- حملات مدفوعة على فيسبوك وإنستغرام تستهدف الشباب.
- محتوى تعليمي مجاني يجذب الجمهور (مثل فيديوهات قصيرة ومقالات).

#### 2 شراكات محلية:

- التعاون مع الجامعات والمؤسسات الشبابية.

#### 3 تجارب مجانية:

- تقديم ورش عمل تعريفية مجانية لجذب المشتركين.

## 8. مؤشرات النجاح

- تدريب 100 مشارك خلال أول 3 أشهر.
- تحقيق إيرادات تغطي التكاليف خلال 6 أشهر.
- زيادة عدد الدورات المقدمة بنسبة 20% خلال السنة الأولى.

## 9. المخاطر والحلول

- **المخاطر:**
  - قلة الإقبال بسبب الظروف الاقتصادية.
  - التحديات التقنية (ضعف الإنترنت).
- **الحلول:**
  - تقديم خطط دفع مرنة.
  - الاستثمار في حلول إنترنت بديلة (مثل الاشتراكات الخاصة).

## 10. الخاتمة

مشروع "هنا لينا" للتدريب على خدمات التسويق الرقمي في قطاع غزة يعد فرصة واعدة لتمكين الشباب وتطوير مهاراتهم. بفضل الطلب المتزايد على المهارات الرقمية، وبتطبيق خطة عمل واضحة، يمكن للمشروع تحقيق نجاح مستدام ومساهمة إيجابية في تطوير الاقتصاد المحلي.