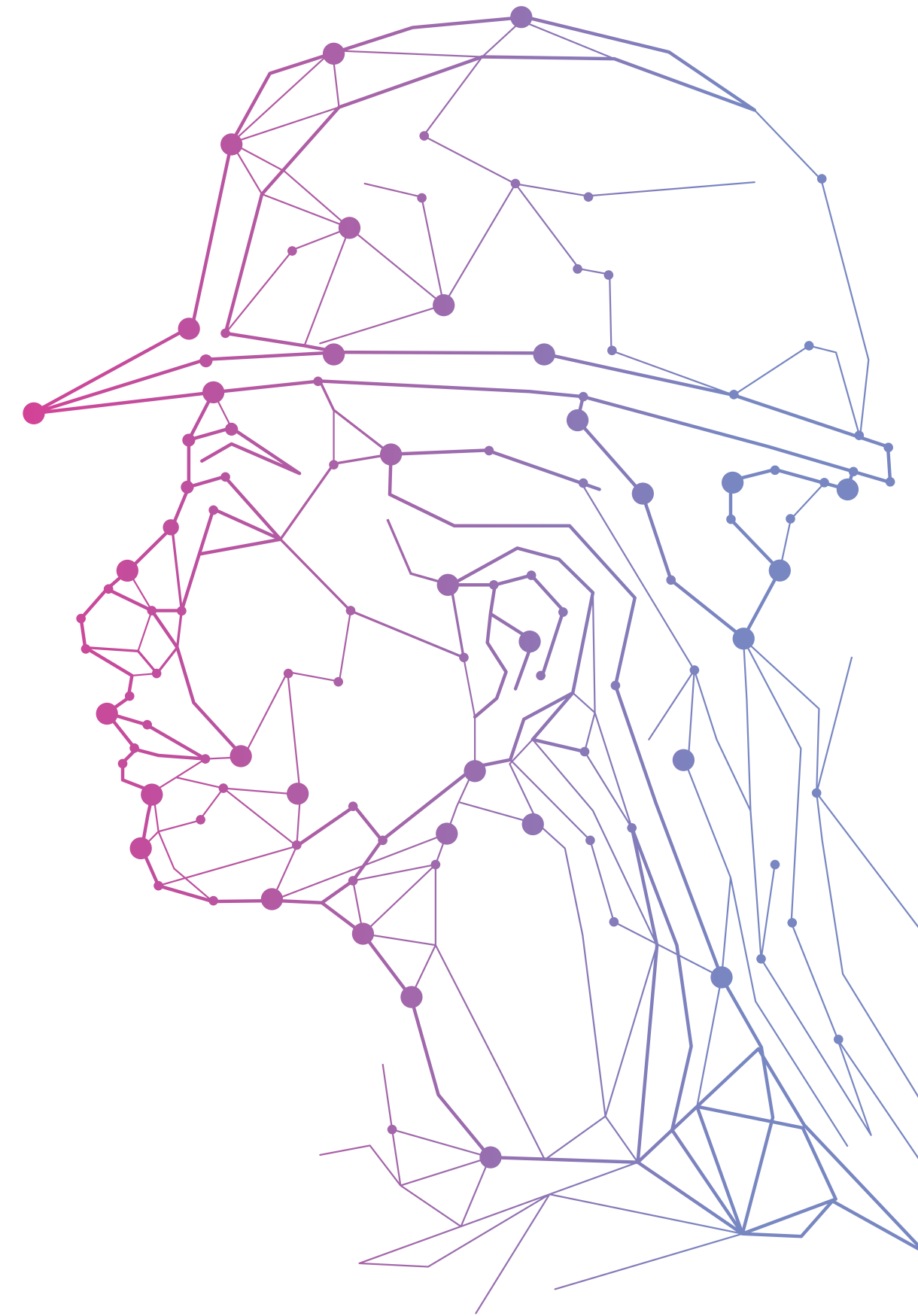




الهندسة ليست مهنة الرجال فقط

سواعد
هندسية

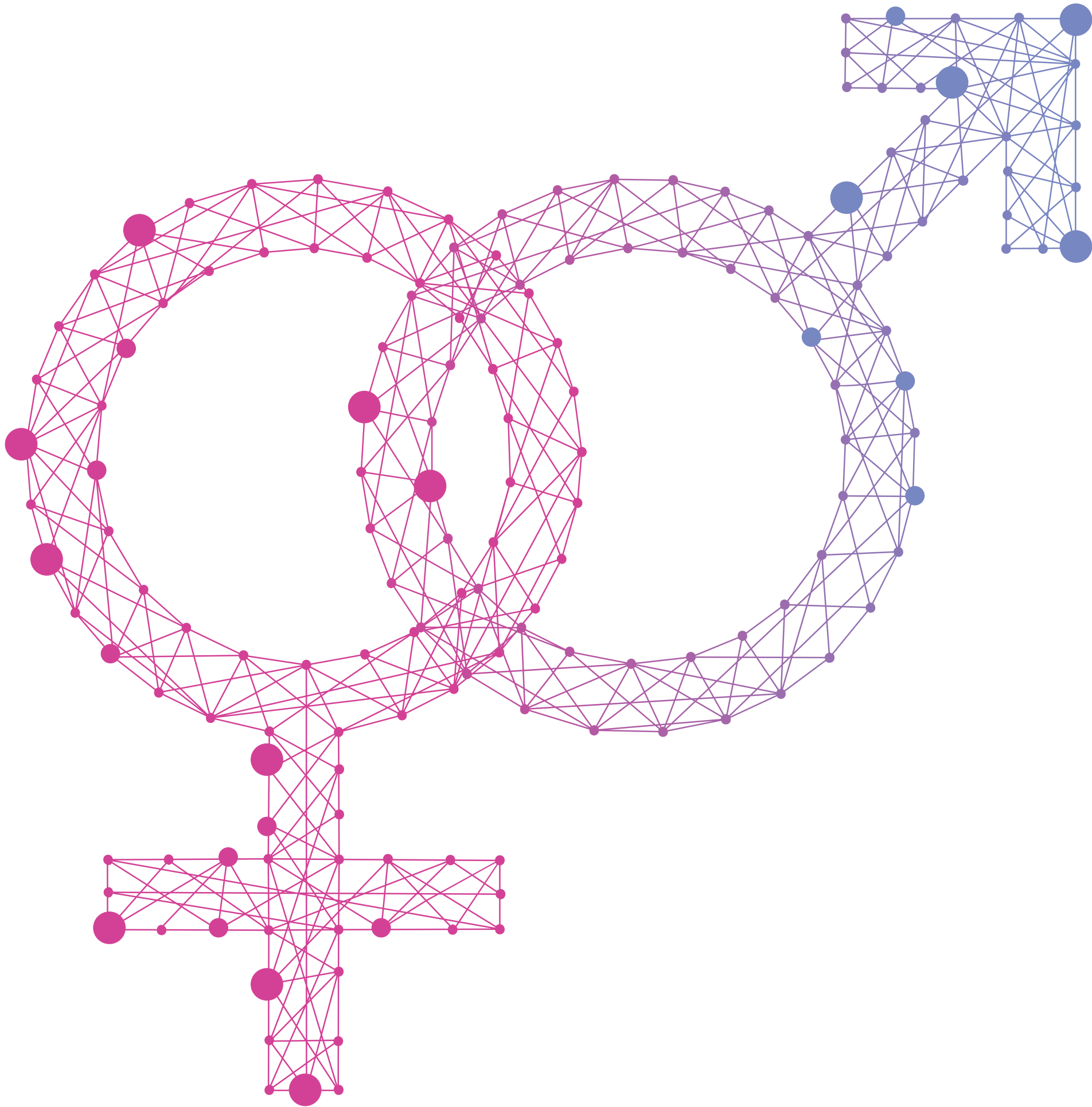
من أجل المهندسة الأنتى



المقدمة

تهدف المنظمات الدولية ومؤسسات المجتمع المحلي لسد أي فجوة تتعلق بالمساواة بين الجنسين في مجالات التعليم و العمل حيث تعد من ابرز حقوق الإنسان التي يظهر فيها عدم المساواة في العالم

ولذلك تقوم منظمة هيئة حقوق الانسان باطلاق مبادرة خاصة تدعم وجود المرأة في القطاع الهندسي و ابراز الفرص الوظيفية في ذلك والعمل على انشاء جيل جديد مكون من مهندسين ومهندسات

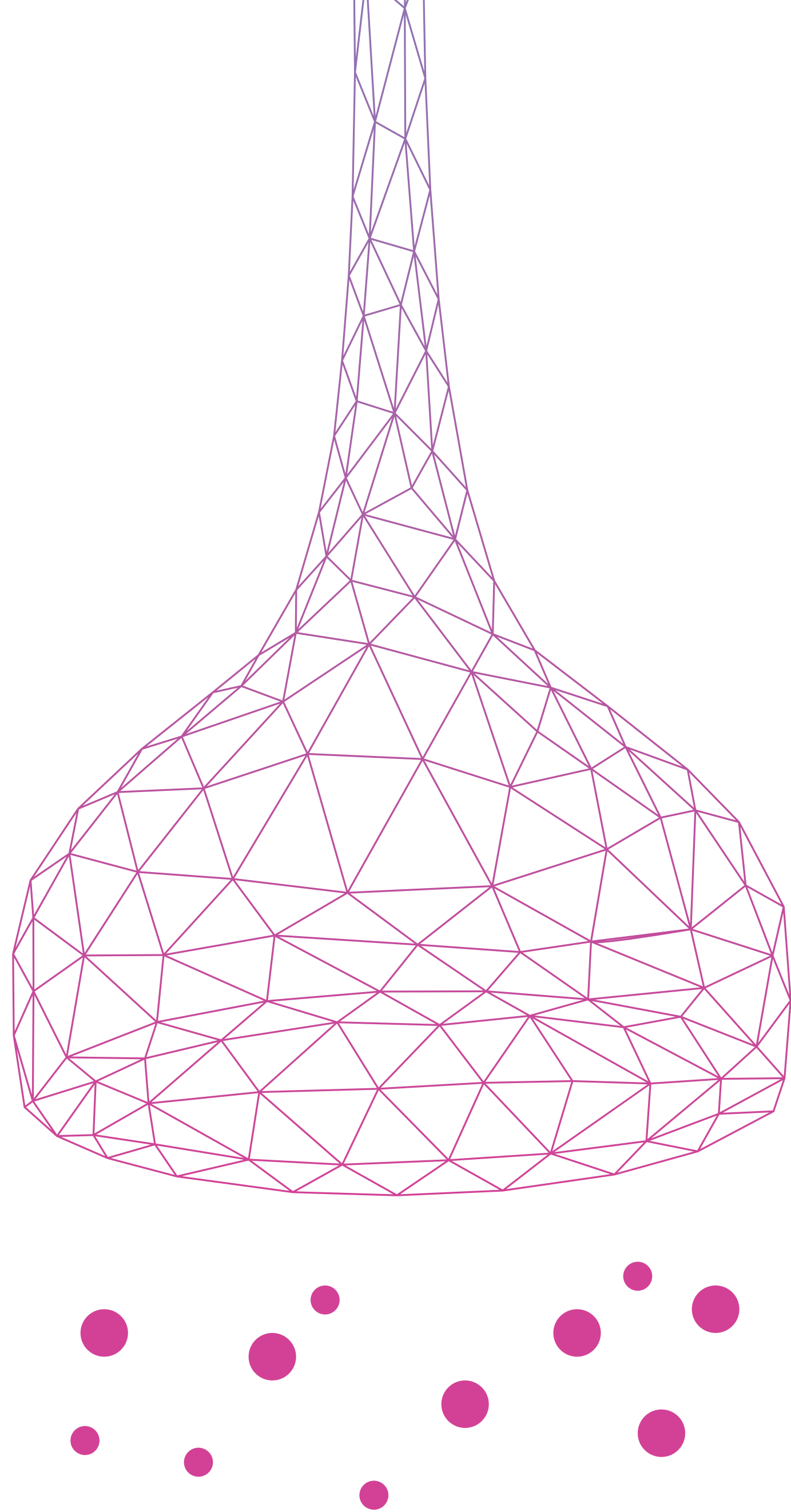


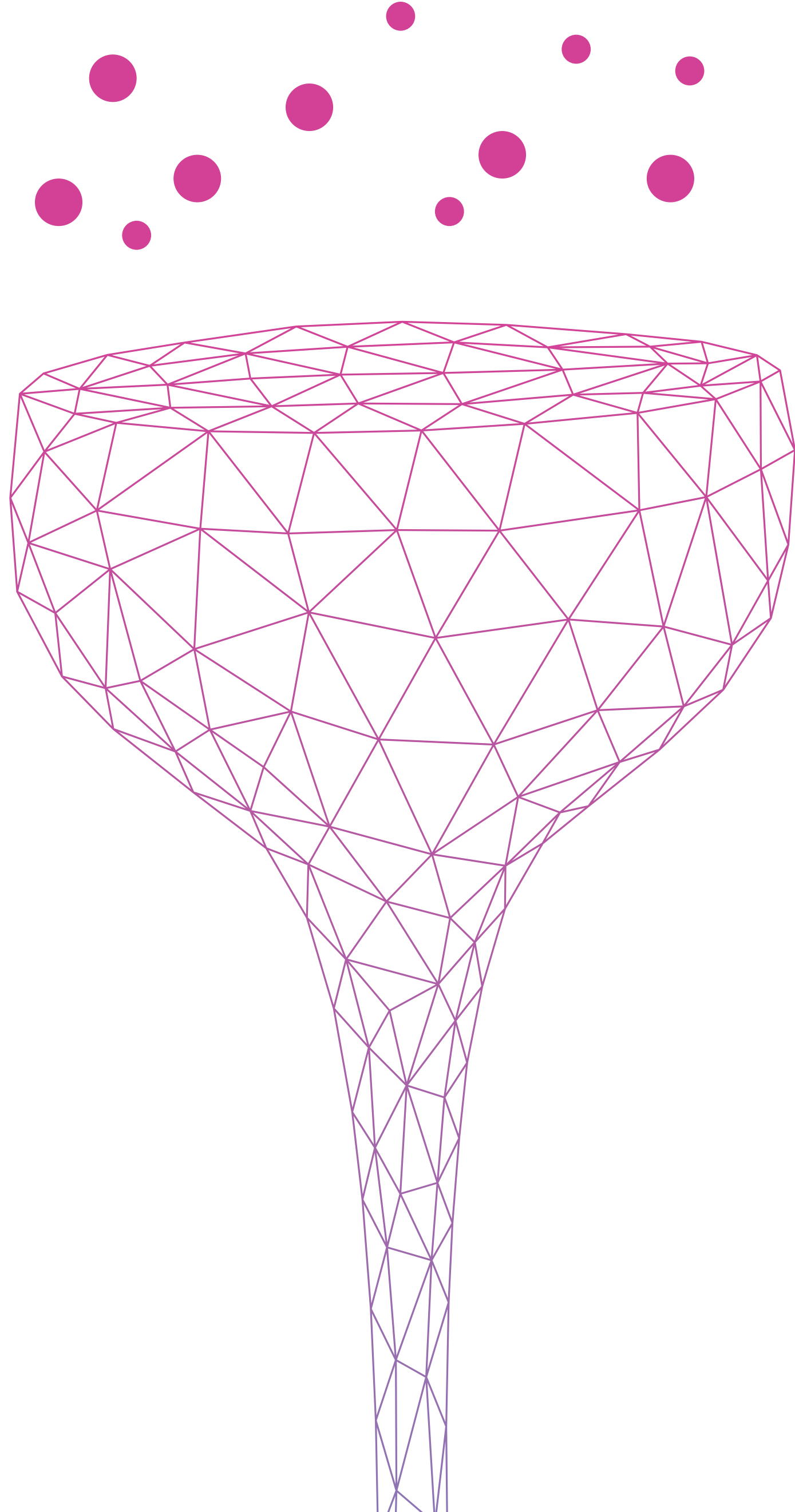
قطر نجاح عالمية



هيئة الكهرباء والمياه دبي

أن موظفات هيئة كهرباء ومياه دبي نجحن في ترك بصمتهن وأثبتن أن المرأة شريكاً مؤثراً وعنصراً حاسماً من عناصر التنمية، وكانت من الجهات الحكومية الرائدة في دبي في مجال إشراك المرأة في اتخاذ القرار، مما جعلها قدوة وأنموذجاً للمؤسسات والجهات الحكومية والخاصة في داخل الدولة وخارجها. وعلى ضوء الإحصاءات التي تشير إلى أن المرأة تمثل حالياً ما نسبته 32% من العاملين في قطاع الطاقة المتجددة بشكل عام، مقارنةً بنسبة 22% في قطاعات الطاقة التقليدية مثل النفط والغاز، لا تتوانى الهيئة عن إتاحة الفرص الملائمة وتذليل التحديات لتعزيز التوازن بين الجنسين في إطار التحول العالمي الذي يشهده قطاع الطاقة. كذلك تلتزم الهيئة بالبناء على الإنجازات التي حققتها المرأة الإماراتية كشريك أساسي في عملية التنمية المستدامة، ورافد محوري للمكانة المرموقة التي تتمتع بها الهيئة على مستوى العالم».





هيئة الكهرباء والمياه دبي

خطوات النجاح التي تم اتخاذها

- استقطاب المواهب والكفاءات النسائية الملهمة
- بيئة عمل محفزة وداعمة لتمكين وريادة المرأة وتفعيل طاقاتها
- الخلاقة والمبدعة و بيئة مثالية لتطوير المهارات
- ترسيخ ثقافة العمل التطوعي لدى الموظفين
- توفير الاستقرار الوظيفي
- تدريب وتطوير مستمرين
- مشاركة فاعلة في تولي زمام القيادة في قطاعي الطاقة والمياه

”مش مهندسة ليه“ مصر

- المنظم : طالبات الهندسة بمدينة زويل للعلوم والتكنولوجيا.
- الفئة المستهدفة : الفتيات المتخرجات من الثانوية العامة

▪ تفاصيل الحملة: أطلقت مجموعة من طالبات كلية الهندسة مبادرة لتشجيع الفتيات على الالتحاق بكليات الهندسة ولمساعدتهن على ملاحقة أطلانهن سواء بدراستهن او ضمن عملهن وبالأخص تلك المجالات المعروف انها للرجال مثل الهندسة والتكنولوجيا.

إن فعاليات المبادرة بدأت اونلاين, ونالت العديد من ردود الأفعال والمشاركات الإيجابية.



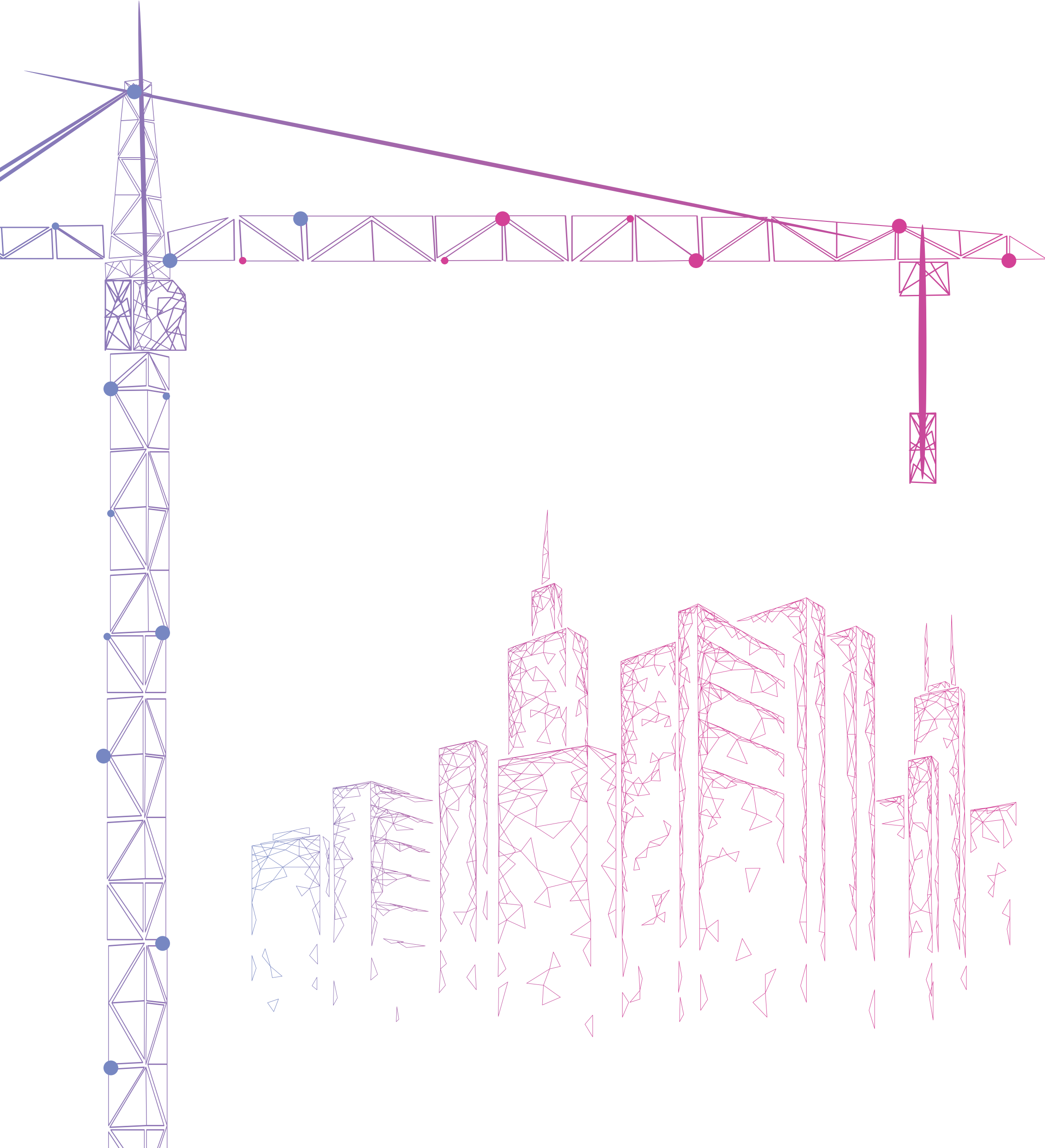
أول ملتقى للمرأة في الهندسة المدنية في جامعة أبو ظبي

▪ **المنظم:** الدكتورة ريم صابوني الأستاذة المشاركة في جامعة أبو ظبي ورئيسة جمعية المهندسات في الاتحاد الدولي للخرسانة الهيكلية في الإمارات بالتعاون مع الاتحاد الدولي للخرسانة الهيكلية وجمعية المهندسين بالإمارات

▪ **الفئة المستهدفة:** الطالبات الجامعيات في كلية الهندسة المدنية في جامعة أبو ظبي

المهندسات المدنيات الشابات والراغبات في الالتحاق بالهندسة المدنية

▪ **مدة الفعالية:** يوم واحد ضمن فعاليات الأسبوع الهندسي لجمعية الهندسة في الإمارات



تبعاً لتقرير اليونسكو في استمرار التمييز بين الرجل والمرأة في مجال العلوم

مربحة. ومن أبرز هذه التحديات عدم التوافق بين البرامج الجامعية والطلب في سوق العمل، وهي ظاهرة تمس الرجال والنساء على حدّ سواء، وقلّة الوعي بتبعات العمل في هذا المجال وعدم تقبل الأسرة لعملهنّ في بيئة مختلفة وأخيراً نقص النماذج النسائية التي يمكن الاقتضاء بها.

انجذب إلى هذا المجال لأسباب متعدّدة منها «الاستقلالية المادية» و«المكانة الاجتماعية المرموقة» المصاحبة للعمل في هذا المجال و«الفرصة في الانخراط في مشاريع إبداعية مليئة بالتحديات» بالإضافة إلى «فرص العمل الكثيرة في هذا المجال».

- وفقاً لما ورد في التقرير، تجد المرأة العربيّة نفسها، فور إنهاء دراستها في مجال العلوم والهندسة، قادرة على مواجهة التحديات لإيجاد فرص عمل

- طورت الحكومة الإماراتية الاقتصاد المعرفي وتم إنشاء قاعدة بيانات للموارد البشريّة في مجالات العلوم والتكنولوجيا والهندسة واكتشفت أنّ نسبة مواطنيها من الأيدي العاملة لا تتجاوز 1%.
- وعليه، قامت الحكومة بوضع سياسات لتعزيز تدريب وتوظيف المواطنين الإماراتيين بالإضافة إلى زيادة مشاركة النساء الإماراتيات في القوى العاملة.
- بعض طالبات الهندسة الإماراتيات

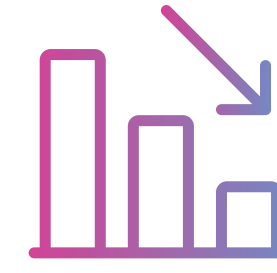
مبادرة سواعد هندسة



مبادرة سواعد هندسية

مبادرة سواعد هندسية تهدف إلى نشر الوعي حول دخول الإناث في المجال الهندسي وإبراز الفرص الوظيفية المتاحة لهم في هذا المجال في سوق العمل السعودي من خلال:

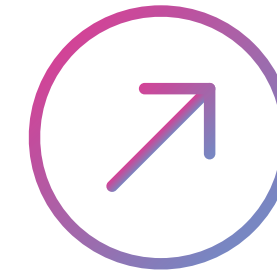
خفض نسبة بطالة السيدات في المجال الهندسي



زيادة الوعي حول الاختصاصات المتعددة في الهندسة



التنمية المستدامة في التعليم والاقتصاد



زيادة الوعي حول الفرص الوظيفية المتاحة



ربط احتياجات السوق إلى برامج التعليم



أهداف المبادرة

المساواة بين الذكر والأنثى
في الهندسة

1

التعرف عن المجالات
الهندسية المتعددة

2

استيعاب وفهم المجالات
الهندسية المفيدة للاقتصاد

3

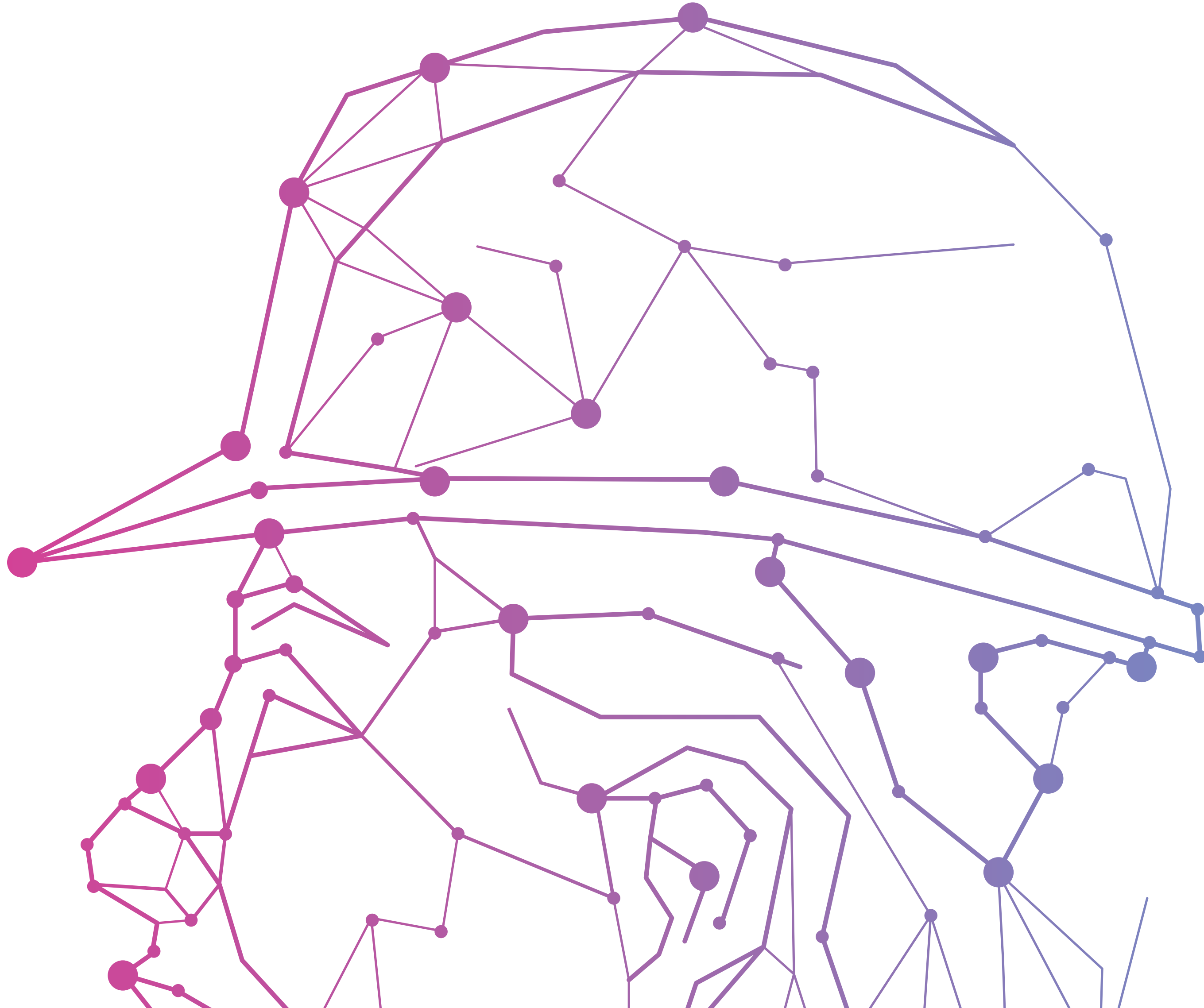
التركيز على قدرات المهندسات
في مجالات هندسية مختلفة

4



مخرجات المبادرة

- زيادة الوعي ونسبة السيدات في المجال الهندسي بمعدل 10% خلال عشر سنوات
- خفض نسبة بطالة الإناث (4.31%) في 2020
- زيادة مشاركة المرأة في سوق العمل من 22% إلى 30%
- عكس إيجابي على تقارير المملكة السنوية



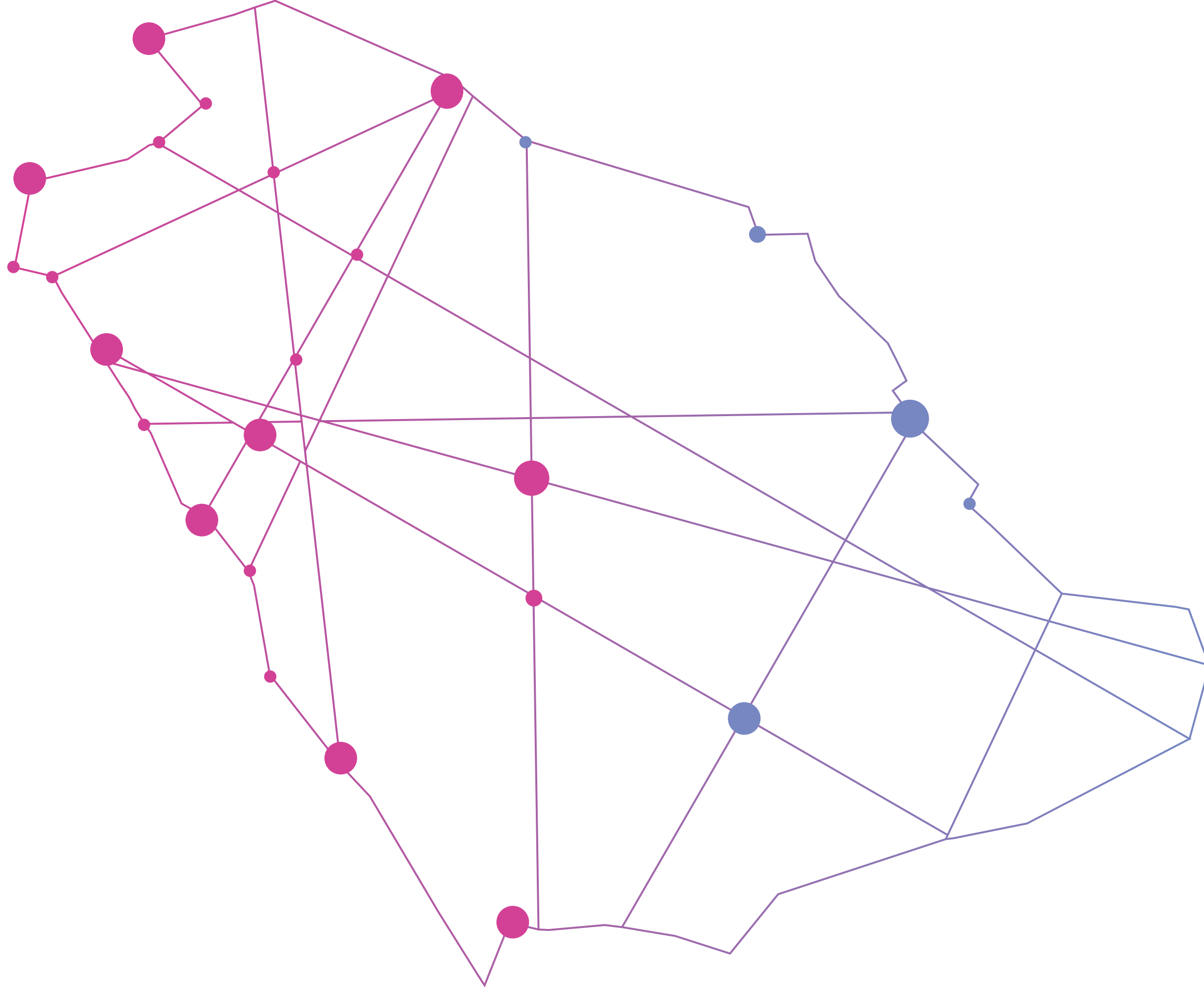
الجهات المستهدفة للدعم والمشاركة



وزارة الموارد البشرية
والتنمية الاجتماعية
المملكة العربية السعودية



المستهدفون من هذه المبادرة



- المجتمع بصورة عامة والأهل بصفة خاصة
- الأطفال والمراهقين من الإناث
- بنات المرحلة الثانوية العامة
- المرحلة الجامعية, السنة التحضيرية
- والمهندسات اللاتي اخترن هذا المجال
- سوق العمل لإبراز الاحتياجات والمتطلبات من القطاع الخاص والحكومي
- المهندسات اللاتي تخرجن ولم يجدو مبتغاهن

إطلاق المبادرة

انشاء وتأسيس كل ما يتعلق بمبادرة سواعد هندسية من ناحية انشاء الهوية البصرية وتأسيس القنوات التسويقية الكاملة التابعة لها.



برامج إطلاق المبادرة

إطلاق هذه المبادرة على عدة برامج
سنوية على النحو الآتي:

حياة

■ مرحلة تغير الفكر ونشر الوعي:

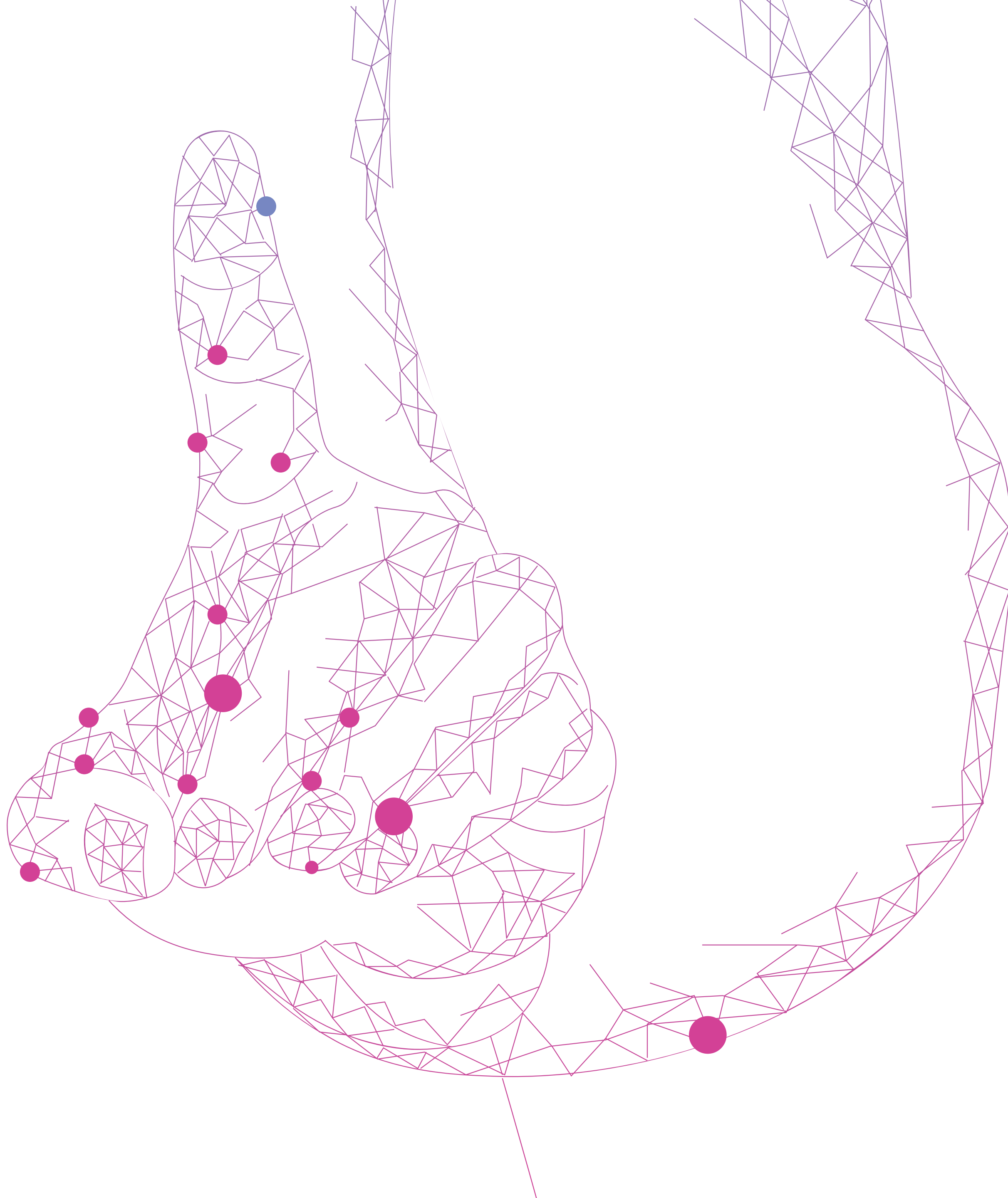
■ مرحلة التفاعل مع المستهدفين

وانشاء الرابط المطلوب معهم:

شغف حياة

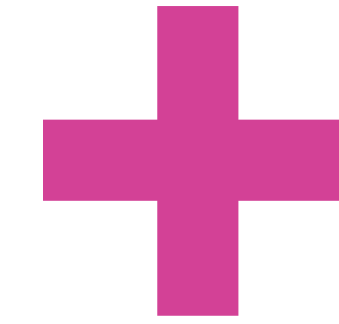
■ مرحلة النجاح والربط مع سوق العمل:

ثناء



المرحلة الاولى مرحلة التخطيط والتأسيس

انشاء الهوية الخاصة بالمبادرة والبرامج التابعة لها



انشاء القنوات التسويقية الرقمية الخاصة بها

انشاء صفحات خاصة بسواعد هندسية في كلا من

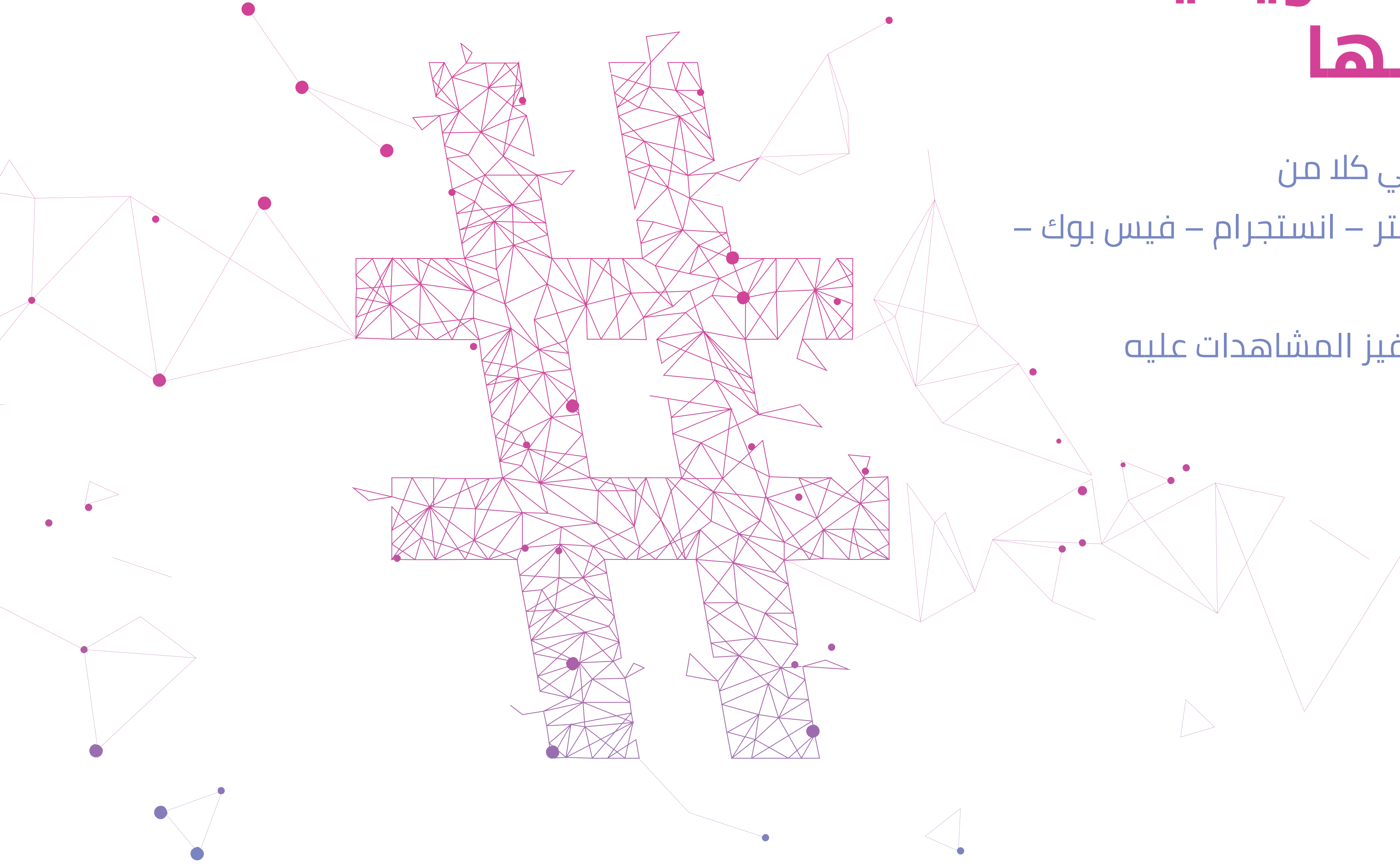
▪ مواقع التواصل الاجتماعي: سناب - تويتر - انستجرام - فيس بوك - لينكد ان

▪ انشاء موقع الكتروني والعمل على تحفيز المشاهدات عليه

▪ عمل SEO على جوجل و محركات البحث

▪ انشاء هشتاق سواعد هندسية

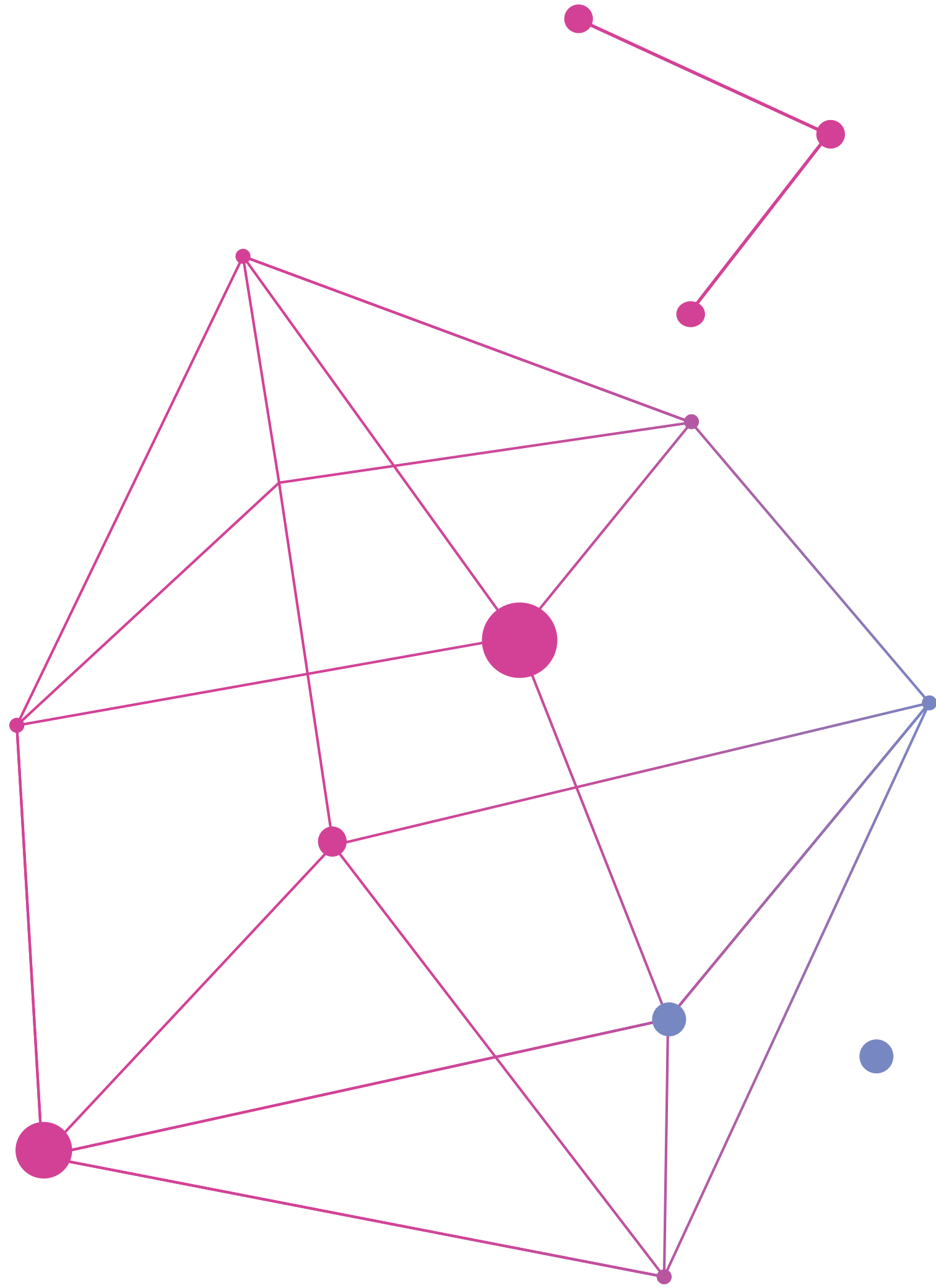
▪ تطبيق الكتروني (ويب ابيكشين)



تحديد الفئات المستهدفة لكل برنامج

دراسة كل فئة مستهدفة والعمل على اعداد افكار وانشاء
الية لضمان نتائج الاتي:

- الوصول الى اكبر فئة من المستهدفين
- انشاء روابط تواصلية
- احداث تغير فكري
- اشراكهم باعمال مستقبلية
- جعلهم شركاء النجاح وابرار دورهم في ذلك
- جعلهم سفراء للمبادرة



تحديد المخرجات لكل برنامج

ورصد المؤشرات المتوقعة لكل برنامج

- اصدار تقارير شهرية الكترونية ترفع في مواقع كل من الجهات المشاركة
- اصدار تقرير مطبوع ملكي يقدم الى ولي العهد
- رفع الارقام على الموقع الالكتروني
- عمل حملة اعلانية على الارقام المتوقعة والنتائج
- عمل حملة PR تتضمن نشر مقالات عن هذه النتائج والارقام
- تسليط الضوء على مخرجات هذه الحملة ومشاريعها
- عمل فلم وثائقي documentary على نتائج الحملة وابرز الجهود التي قدمت
- تصوير وابرار قصص النجاح الجديدة التي تمت بمساعدة هذه المبادرة (باذن الله)

المرحلة الثانية مرحلة تغير الفكر ونشر الوعي

حياة

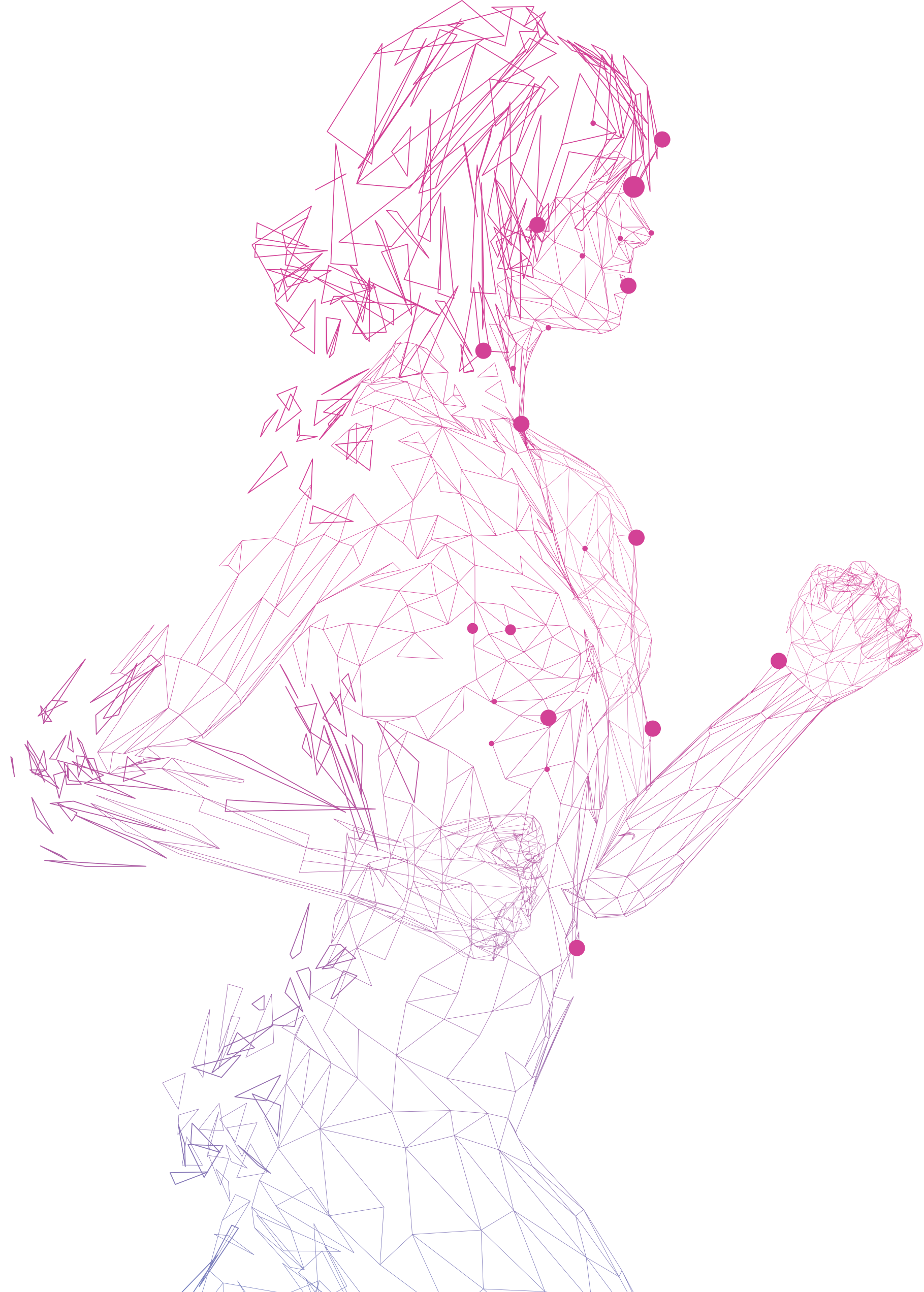
حياة فتاة كانت من صغرها تحلم بان تصبح بارزة ولها مكانة قيادية في المجتمع, منذ الصغر والجميع يقول لها اصبي كذا وكوني كذا وتقول لهم نعم اريد ان اصبح طبيبة, مدرسة مثل الجميع ولكن في قرارة نفسها كانت تبحث عن المختلف, المميز. عن الشيء النادر التي تطمح للوصول اليه وابرازها بشكل يضع بصمة لها بالتاريخ

بدأت حياة في مراحلها التعليمية الاولى وذهبت تصبو الى ما كان يقال لها وما يجعلها فخورة في اعين والدها والمجتمع المحيط بها

حياة

تخرجت حياة من المرحلة الثانوية وهنا بدا الصراع الداخلي بين ما يريده الآخرون لها وما تريد ان تصبو اليه, بدأت حياة هنا بالبحث والسؤال والتعمق بهذه التخصصات ولكن لم تجد ما يميزها عن الآخرين وهنا واثناء بحثها في محركات البحث وجدت مقالات متنوعة عن ابرز المجالات الجديدة وخصوصا المجال الهندسي التي تستطيع المرأة السعودية الوصول الى قيادتها يوما من الايام

هنا بدأت رحلة حياة ذات الشغف المميز لتصل الى طموحها كمهندسة مرموقة ويقوم المجتمع بالثناء عليها ...

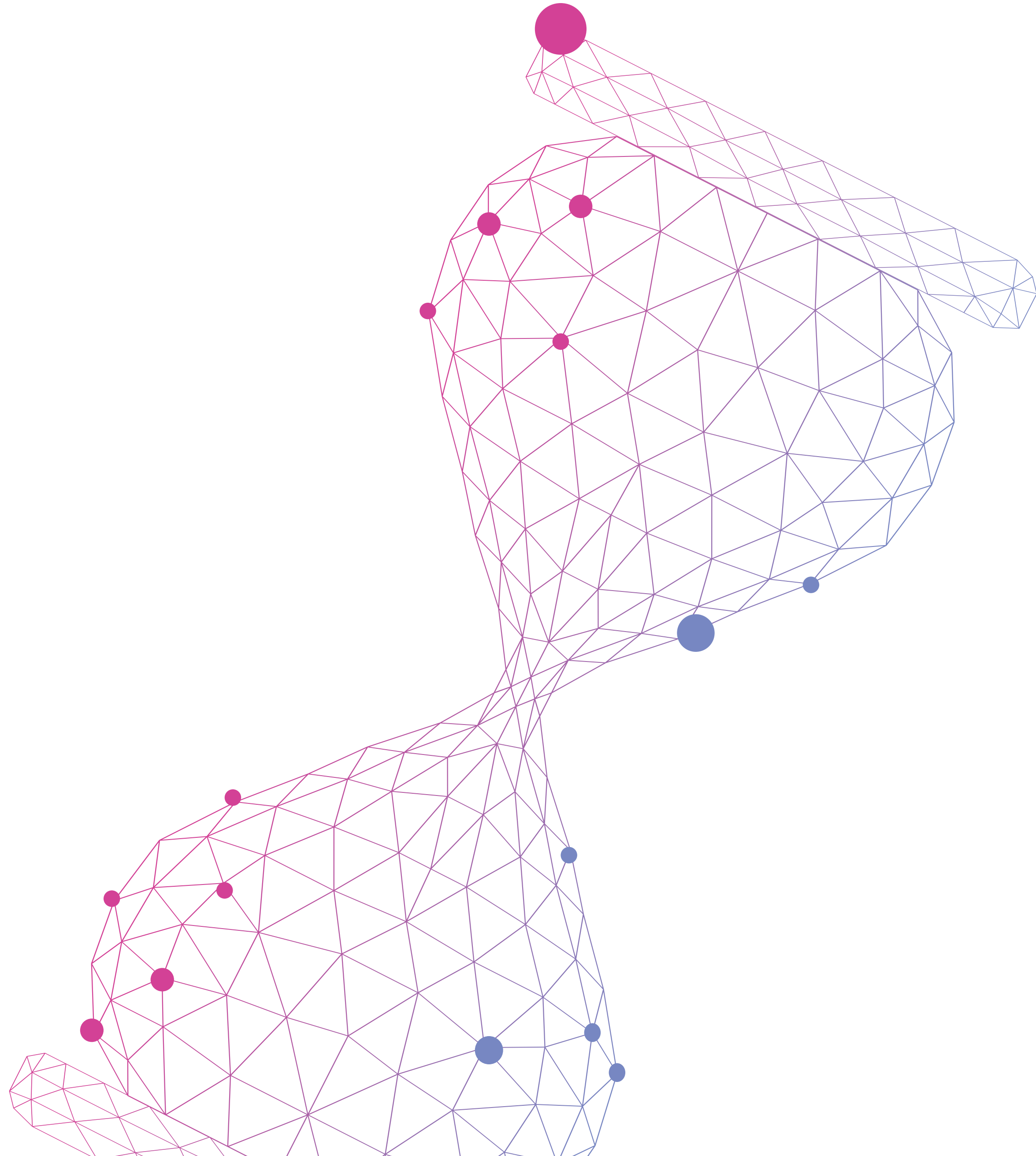


مقدمة تعريفية عن المرحلة

من خلال خلق هذه الشخصية والعمل على ابراز دور المجتمع الحالي ورفع الوعي لدى المجتمع في ابراز الدور الجديد التي قد تصل اليه بناتهم والحث على امتحان مهنة الهندسة بكافة قطاعها وابراز دور سوق العمل ودعمه لذلك

خطوات هذه المرحلة:

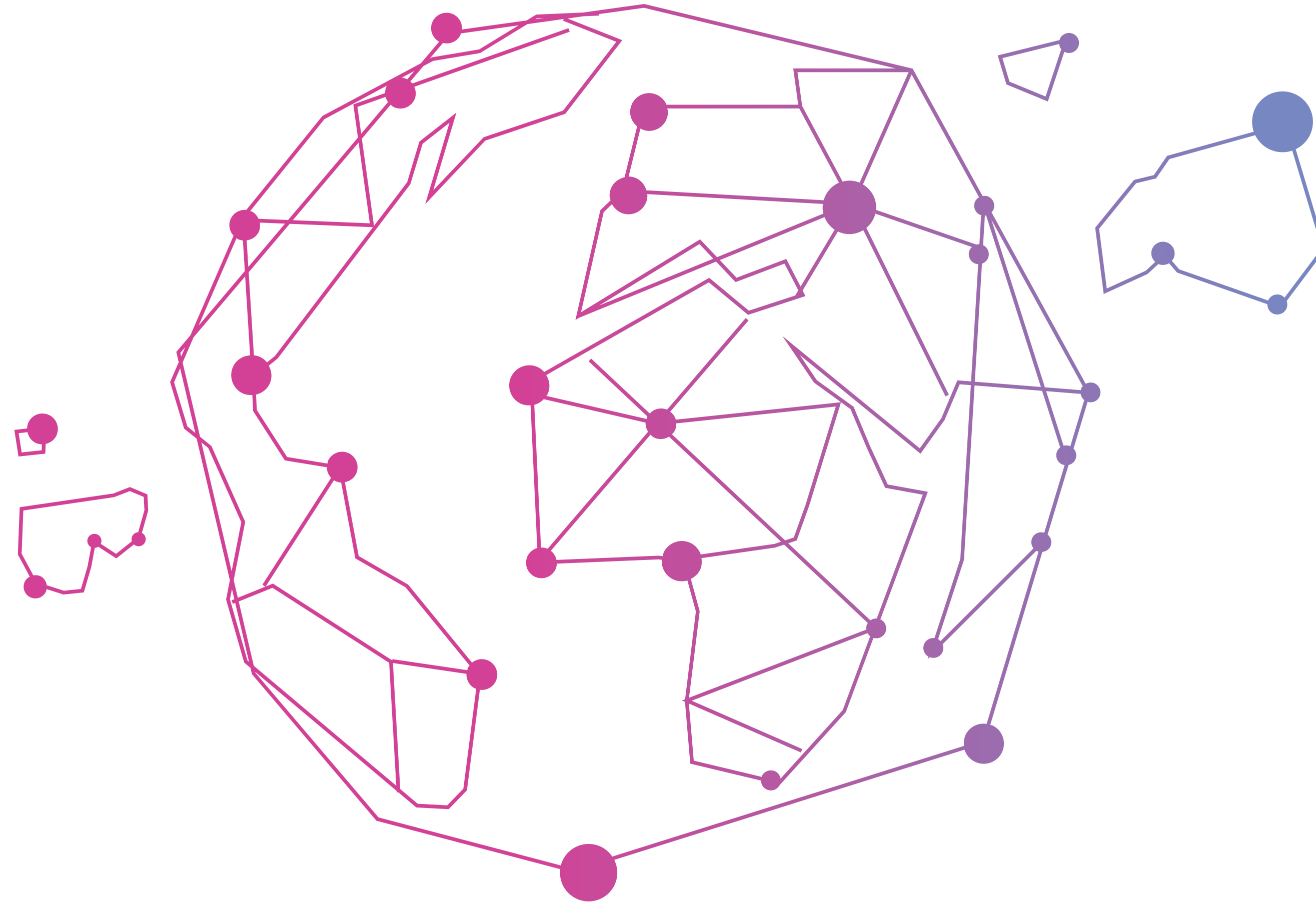
- انشاء شخصية حياة
- اطلاقها في مواقع التواصل
- عمل حملات دعائية
- اطلاق فلم حياة القصير
- التعرف على حياة من خلال التواصل المباشر معها



المدة الزمنية

- المرحلة التأسيسية: 30 – 40 يوم
- مرحلة الاطلاق: 30 يوم
- المدة الزمنية للحملات: 3 اشهر من تاريخ انتهاء مرحلة الاطلاق
- المدة كاملة: 5 اشهر

الفئة المستهدفة



- الجمهور كافة
- المجتمع
- الامهات والاباء
- الاطفال
- المراهقين
- المتخرجات من المرحلة الثانوية

القنوات المستخدمة

القنوات التسويقية الالكترونية:

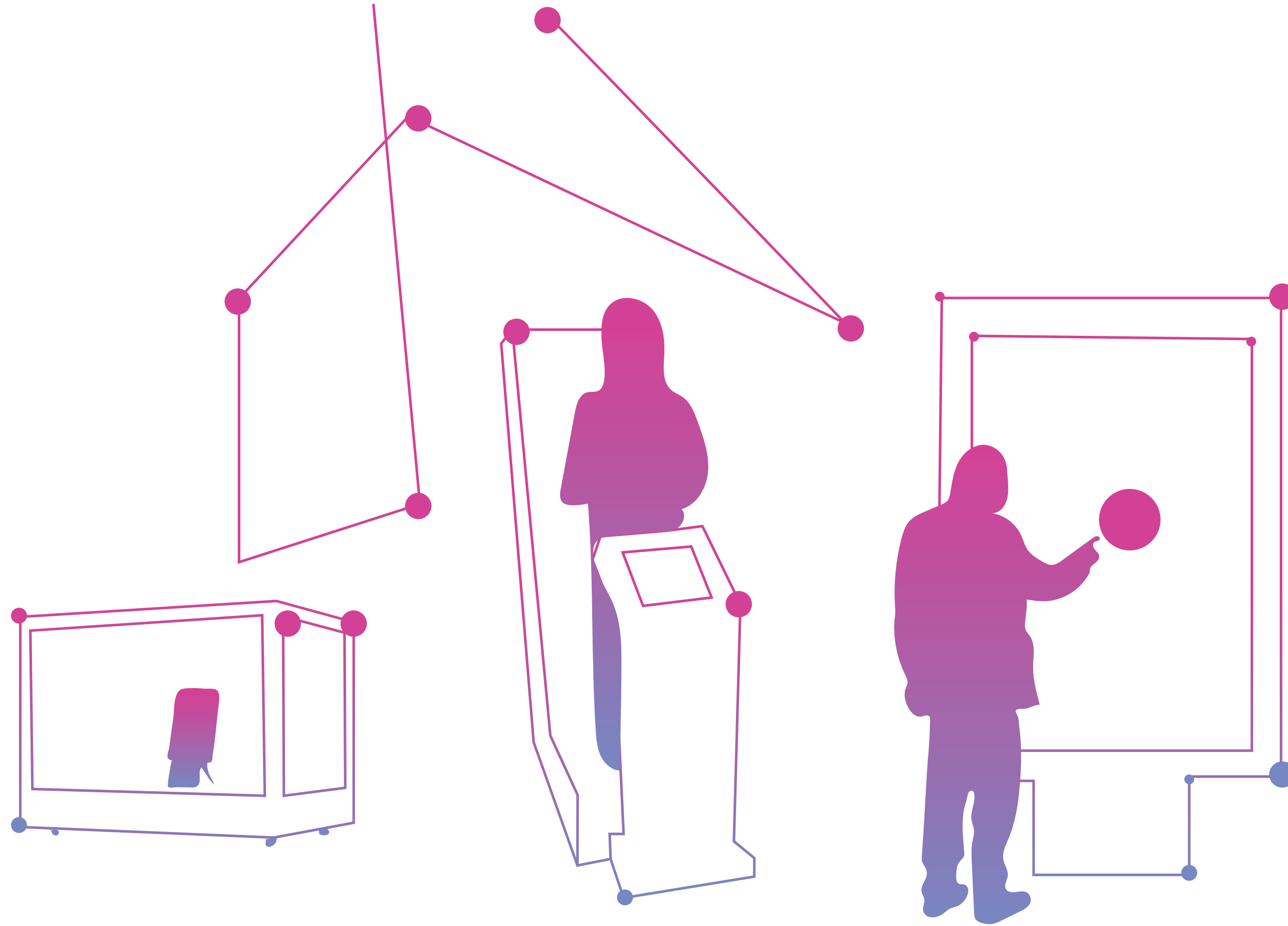
- حملات تسويقية لشخصية حياة من بوستات ومقاطع فيديو قصيرة يبرز بها حياة كمهندسة وحياة وهي صغيرة
- عمل محاضرات على منصة الزوم
- التعاون مع مؤثرين والمشاهير لبرز دور حياة والمبادرة
- التواجد على منصات متنوعة ومختلفة لتدعم برامج المبادرة وتساهم في تحقيق أهدافها والوصول إلى الشريحة المستهدفة على أوسع نطاق



القنوات المستخدمة

▪ التكنولوجيا:

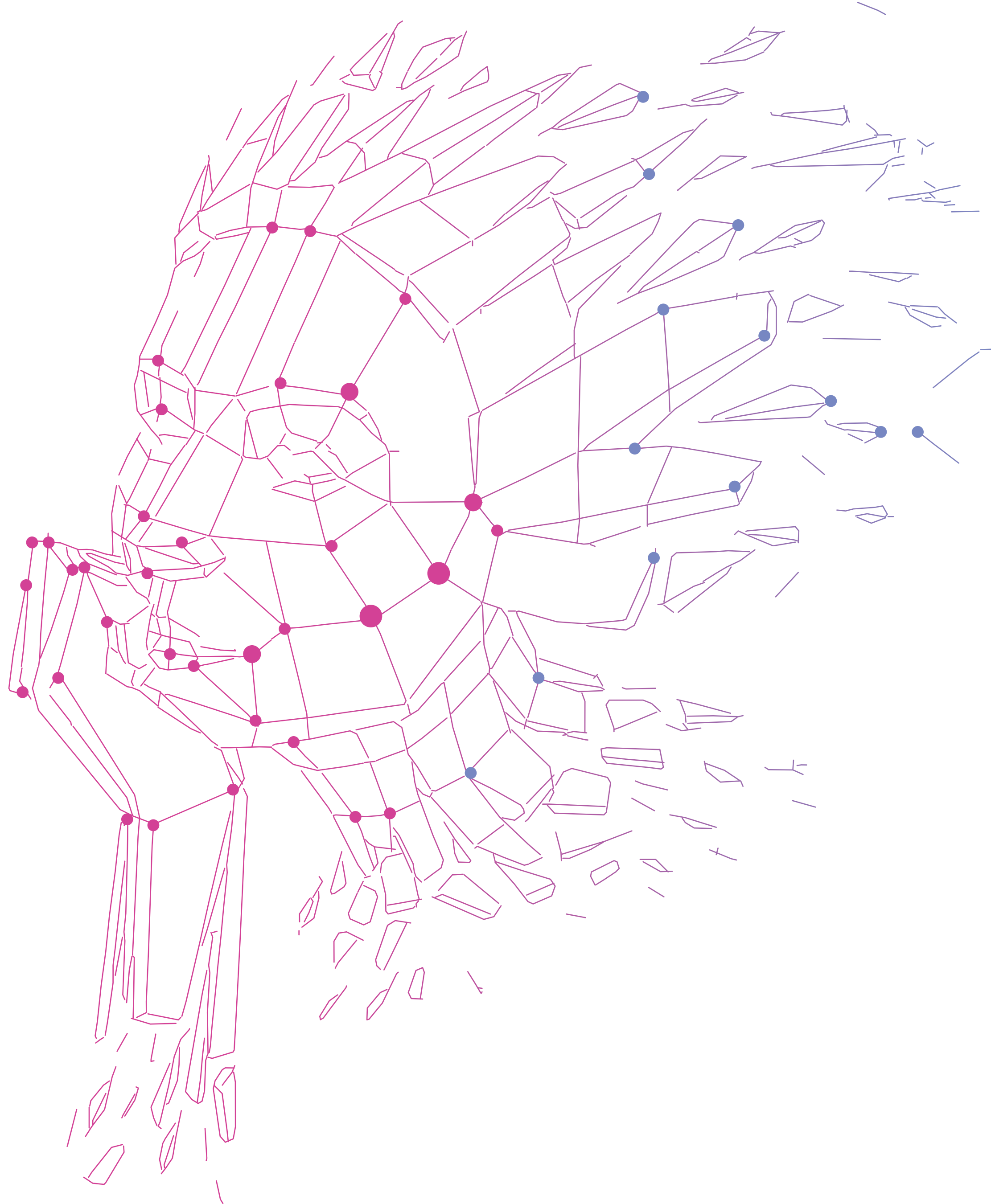
بوثات الشاشات الشفافة التفاعلية في المولات
والمطارات والمدارس والجامعات بحيث يستطيع
الاشخاص التعرف اكثر عن البرنامج وبوثة
الهيولوجرافيك للتواصل المباشر مع حياة للاجابة عن
اسئلتهم



القنوات المستخدمة

الميديا:

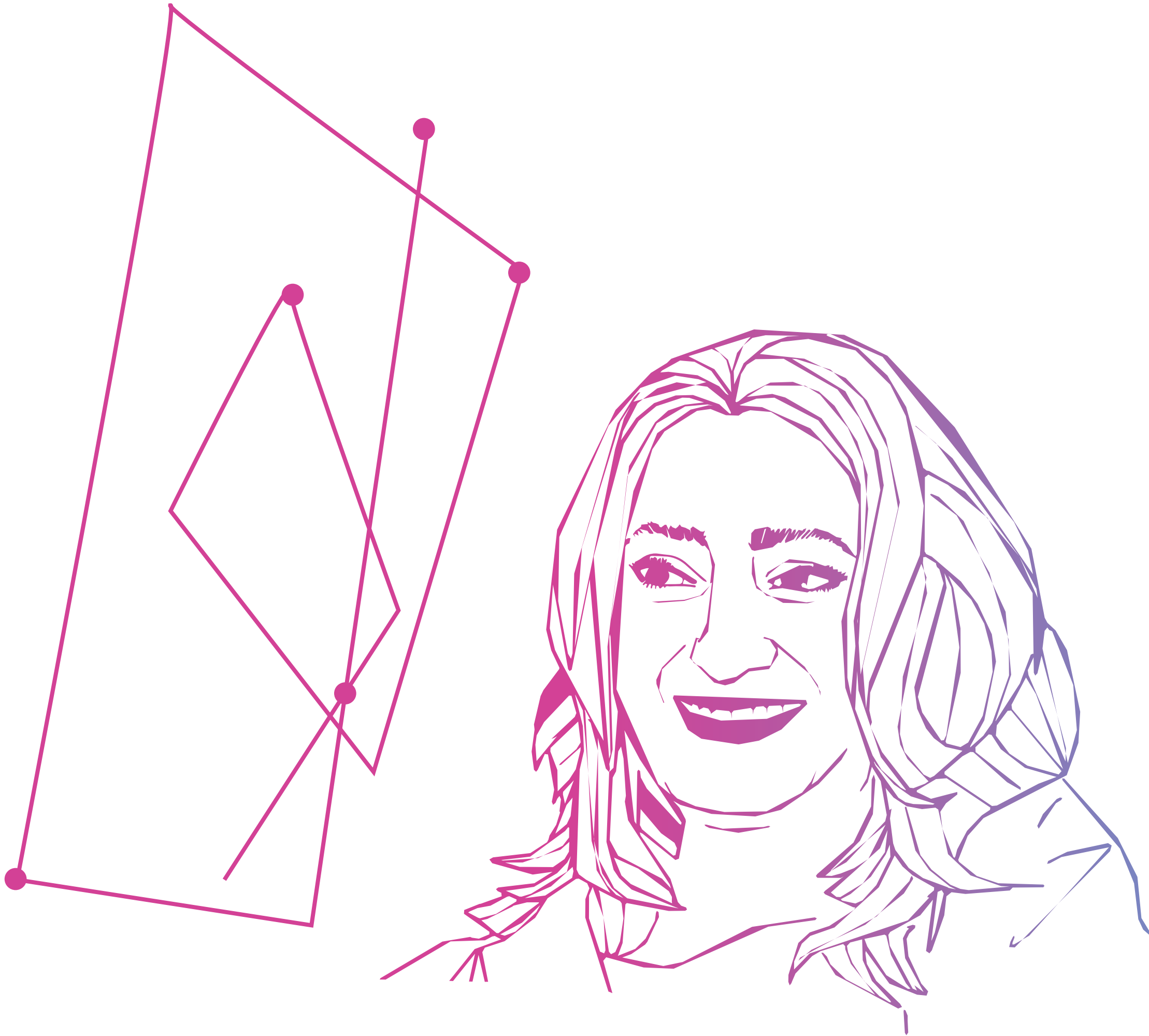
- عمل فيلم قصير عن حياة والتعاون مع احدى مشغلي قنوات التلفزيونية الالكترونية والاعلامية المميزة للعرض مثل (شاهد - تلفاز 11)
- تصوير حياة مهندسات مشهورات بهذا القطاع ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي
- عمل فيديوهات انيميشن تحاكي فكرة المهندسات وتشجعهم لزيارة موقع حياة ومتابعتها لمعرفة الجديد عنها



إبراز الشخصيات العالمية

المهندسة زها حديد:

زها محمد حديد هي معمارية عراقية وُلدت في بغداد 31 أكتوبر 1950 تلقت تعليمها الابتدائي والثانوي بمدرسة الراهبات الأهلية، تعلمت الرياضيات في الجامعة الأمريكية ببيروت وحصلت على الليسانس، ودرست العمارة في الجمعية المعمارية في لندن في الفترة من 1972 حتى 1977، ذاع صيتها في الغرب بسبب روعة وجمال تصاميمها المعمارية من أهم مشاريعها محطة قطار ستراسبورج ألمانيا، دار الأوبرا في غوانزو، مركز الفنون الحديثة بروما ماكسي، استطاعت زها حديد أن تحصد العديد من الجوائز والأوسمة والميداليات والألقاب الشرفية والشهادات الفخرية.



الارقام المتوقعة

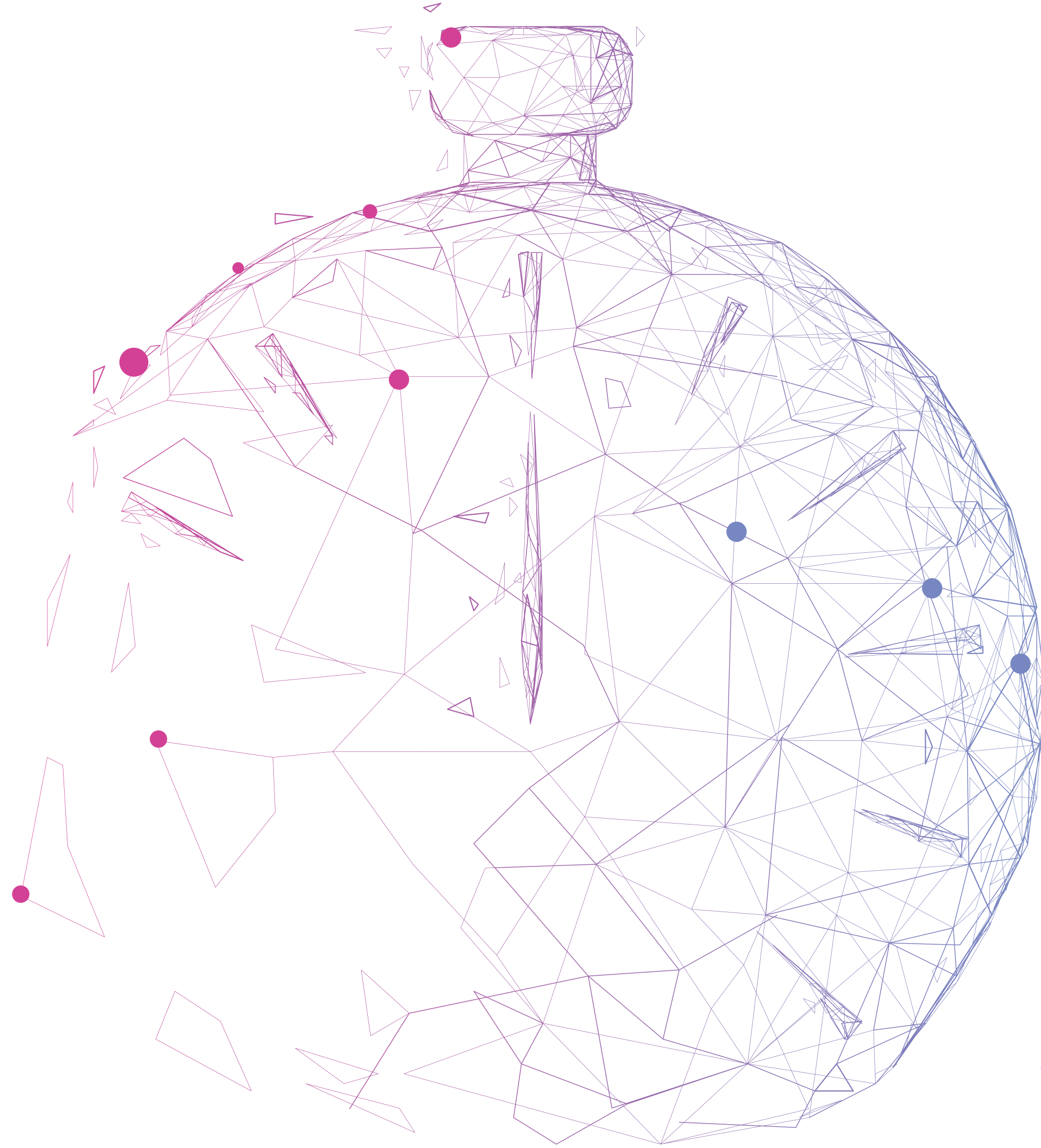
التطبيق	المستهدف	اللغة	الأفكار	Metric	Reach	CTR
توتير	الجمهور كافة	عربي / انجليزي	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني /			
سناب شات	الجمهور كافة	عربي / انجليزي	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني / إعلان مشاهير /	8M / 5.5M Click / 5 Month	22M / 20M 5 Month	1%
انستغرام	الجمهور كافة	عربي / انجليزي	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني / إعلان مشاهير /	238.4K / 82k Click 5 Month	9M / 3M 5 Month	1.5%
فيس بوك	الجمهور كافة	عربي / انجليزي	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني /	168k / 58k Click 5 month	740k / 260k 5 Month	1%
جوجل	الجمهور كافة	عربي / انجليزي	إلى موقع الويب CTA عرض إعلان	20,4k Click 5 Month	40,8k 5 month	10 targeted keywords
لينك إند	الجمهور كافة	عربي / انجليزي	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني /	3.7k / 690 Click 5 Month	560k – 130k 5 Month	0.45%

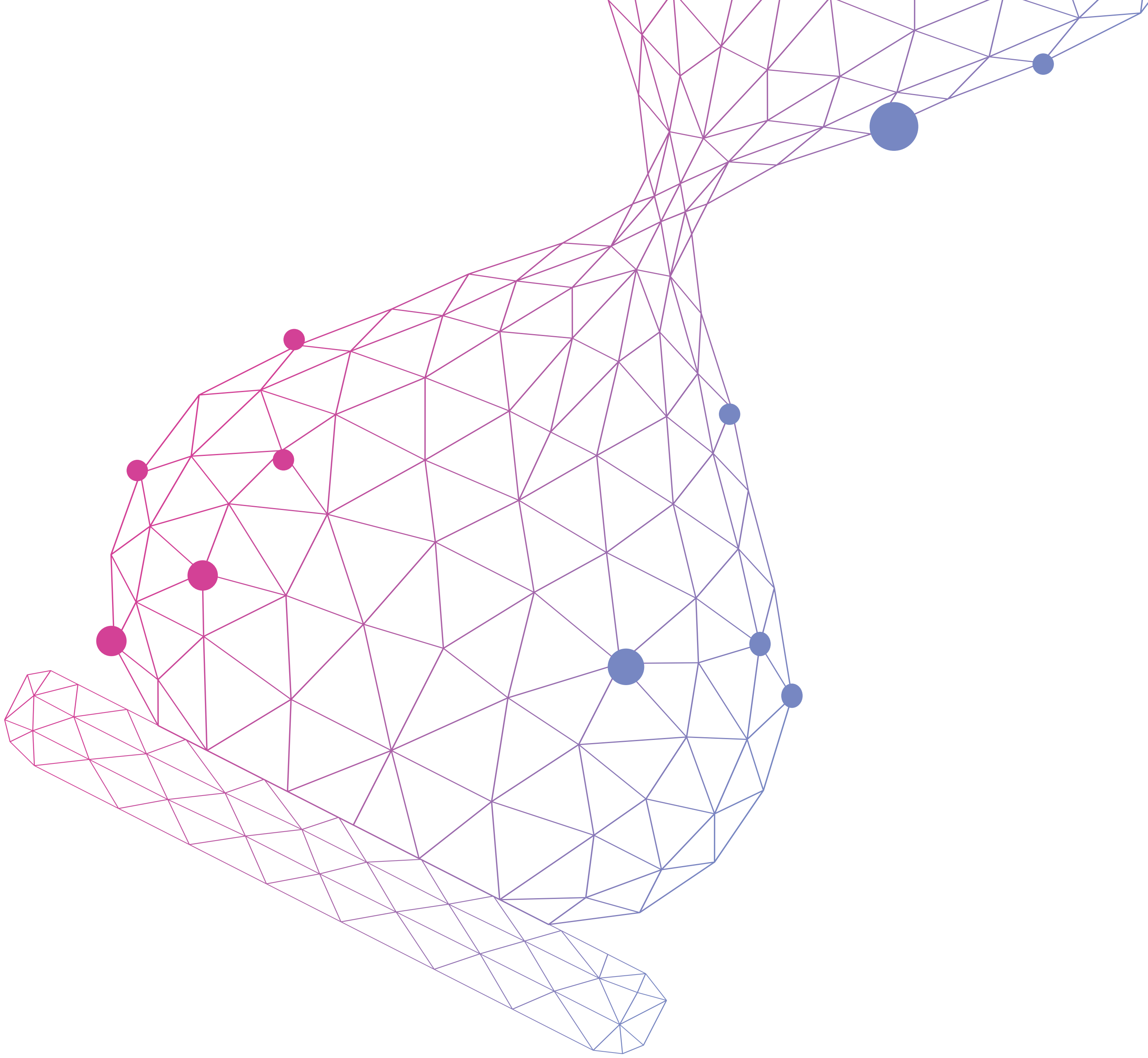
المرحلة الثالثة
مرحلة التواصل المباشر مع
شغف حياة الفئة المستهدفة وإكمال مسيرة التغيير

مقدمة تعريفية عن المرحلة

بعد تعرف المجتمع على شخصية حياة ستبدأ رحلة شغف حياة والتي ستمثل الدفع الأساسي للفئة المستهدفة بأن تتقدم بالتعرف عن المهن الهندسية وكيفية الوصول إلى القطاع المرغوب حسب احتياج السوق، والمتطلبات لاتخاذ الخطوة في مجال الهندسة

- خطوات هذه المرحلة:
- انشاء فكرة شغف حياة
- اطلاق الفكرة التفاعلية في مواقع التواصل
- عمل حملات دعائية
- المشاركة وعمل فعاليات وبنوثات في الجامعات والمدارس
- التعرف على خطوات شغف حياة للوصول إلى الهدف في المهن الهندسية

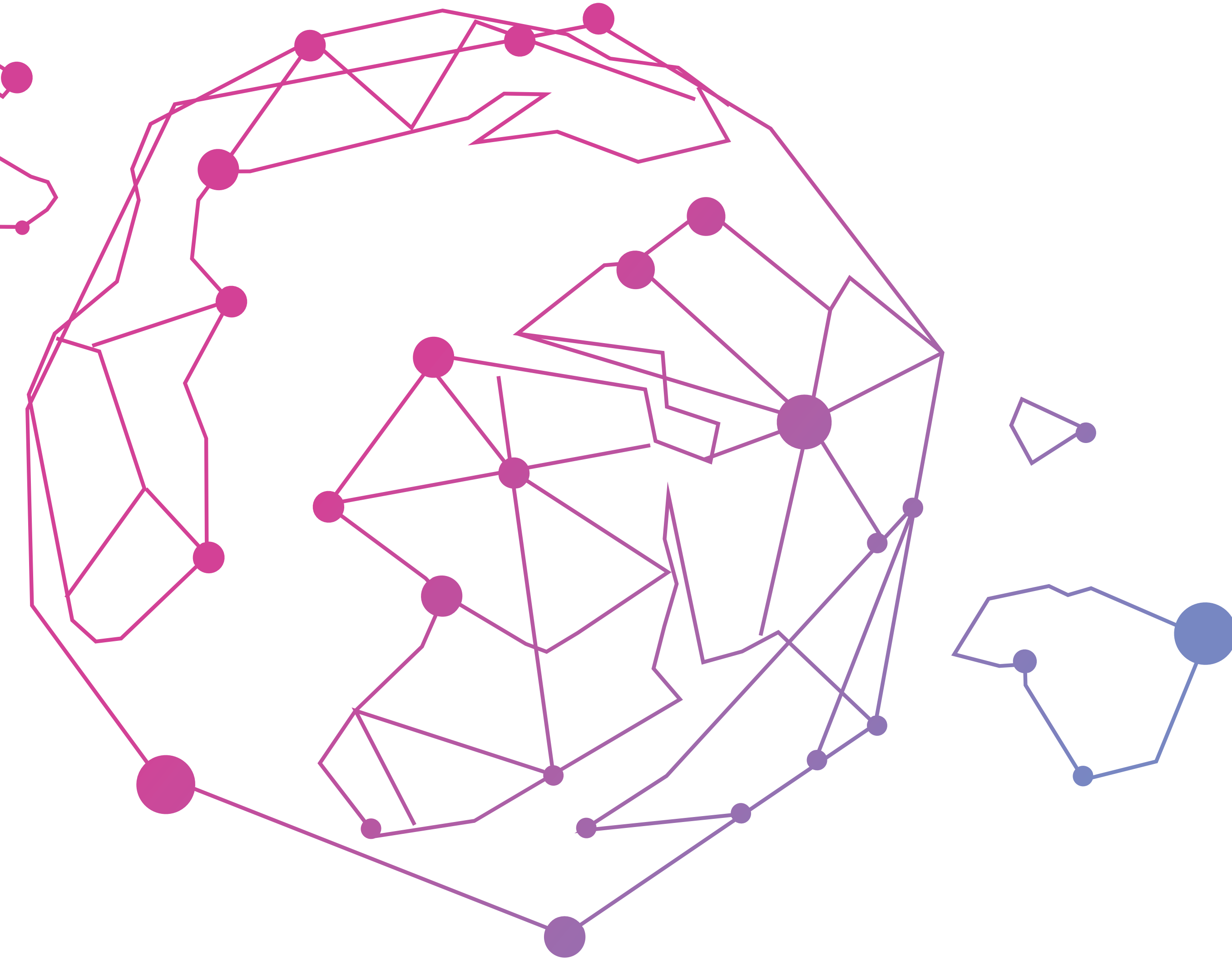




المدة الزمنية

- المرحلة التأسيسية: 30 – 40 يوم
- مرحلة الاطلاق: 30 يوم
- المدة الزمنية للحملات: 6 اشهر من تاريخ انتهاء مرحلة الاطلاق
- المدة كاملة: 8 اشهر

الفئة المستهدفة



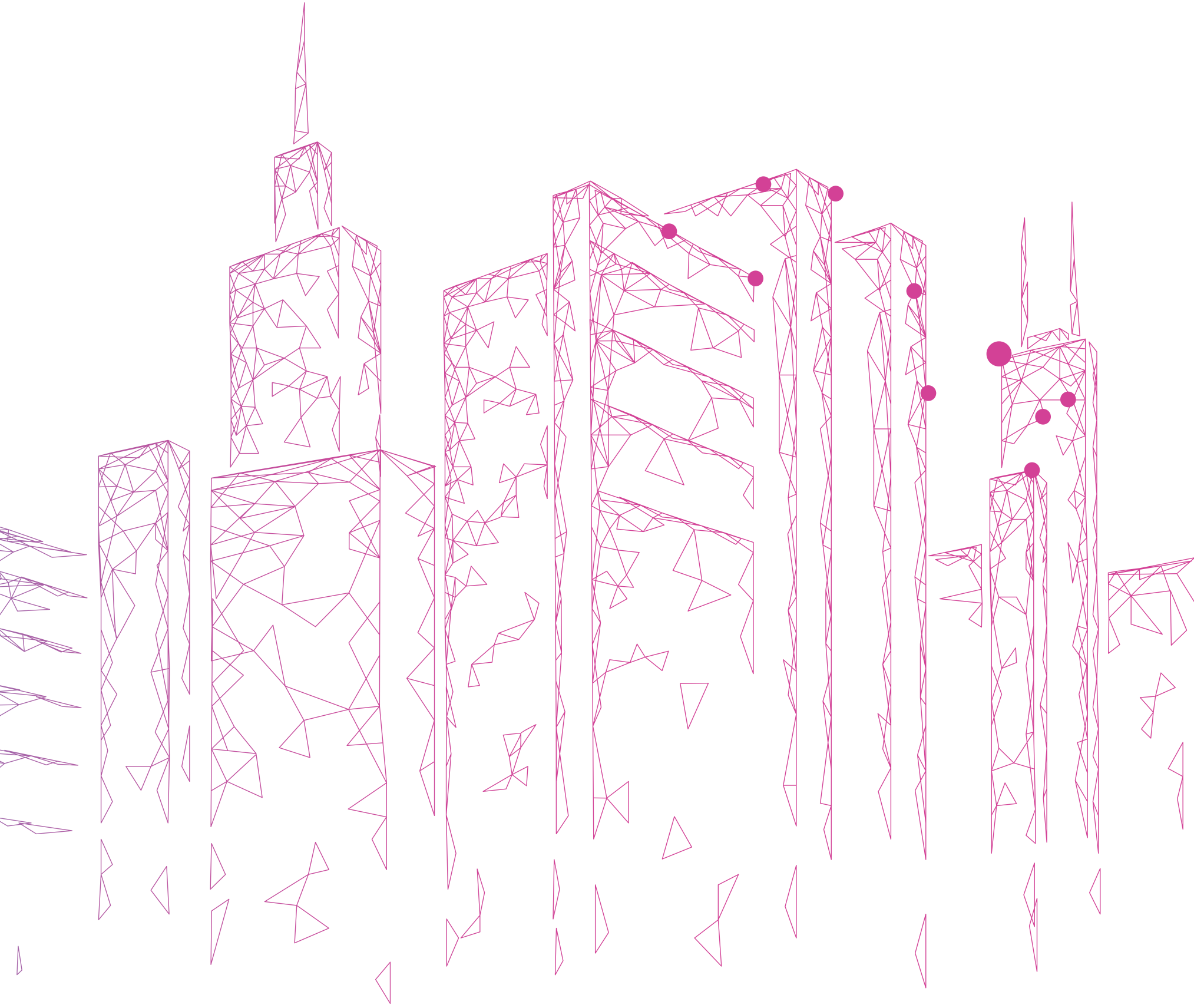
- الجمهور كافة
- المجتمع
- الامهات والاباء
- الاطفال
- المراهقين
- المتخرجات من المرحلة الثانوية

القنوات المستخدمة

القنوات التسويقية الالكترونية:

- حملات تسويقية لشغف حياة تتضمن بوستات وانشاء الدفع لمعرفة تحقيق الشغف في الهندسة
- محاضرات زوم عن المتطلبات لتحقيق والوصول إلى الشغف في تخصصات الهندسة
- برز أهمية دور المرأة في هذا القطاع وفوائد المجالات المتعددة المتاحة لتشعر بأهمية تعاونها لسوق العمل والمجتمع
- نشر كافة المعلومات على منصات التواصل (مواقع التواصل الاجتماعي، الموقع الالكتروني، التطبيق) لدعم جميع الفئات للوصول إلى مبتغاهم في أسلسل طريقة

- تحديد يوم لاصطحاب الأطفال إلى الشركات ليقوموا بدور المهندسين لتكوين تجربة تشجعهم في اكمال شغفهم. (التركيز على شغف الأطفال, 66% منهم يفقدون الاهتمام في مجال الهندسة بالتحديد بعد الابتدائي)
- عمل فيديو لاهتمامات متعددة لكافة الأعمار وايضاح كيف تؤدي المواهب المختلفة إلى تخصص هندسي وليس فقط حب الأرقام.
- مناقشة طالبات الثانوية والجامعات حول رؤيتهم ووصفهم للهندسة و ثم تثقيفهم وما أهمية دور المهندسة, و فيديو لتذكير المجتمع عن أهمية بناء صورة صحيحة للمهندسة مع #أنت_التغيير / #أنتِ الشغف.
- إبراز أهمية دور الأهل في نمو شغف بناتهم من خلال إظهار عائلة ملهمة (مثل م.حياة) وأخرى عكس ذلك مما سيظهر امرأة خلفية داعمة بأن تكون مهندسة ناجحة والأخرى ذات خلفية غير مؤيدة مما جعلها مترددة في تخصصها #أنتم التغيير / #أنتم مصدر الشغف

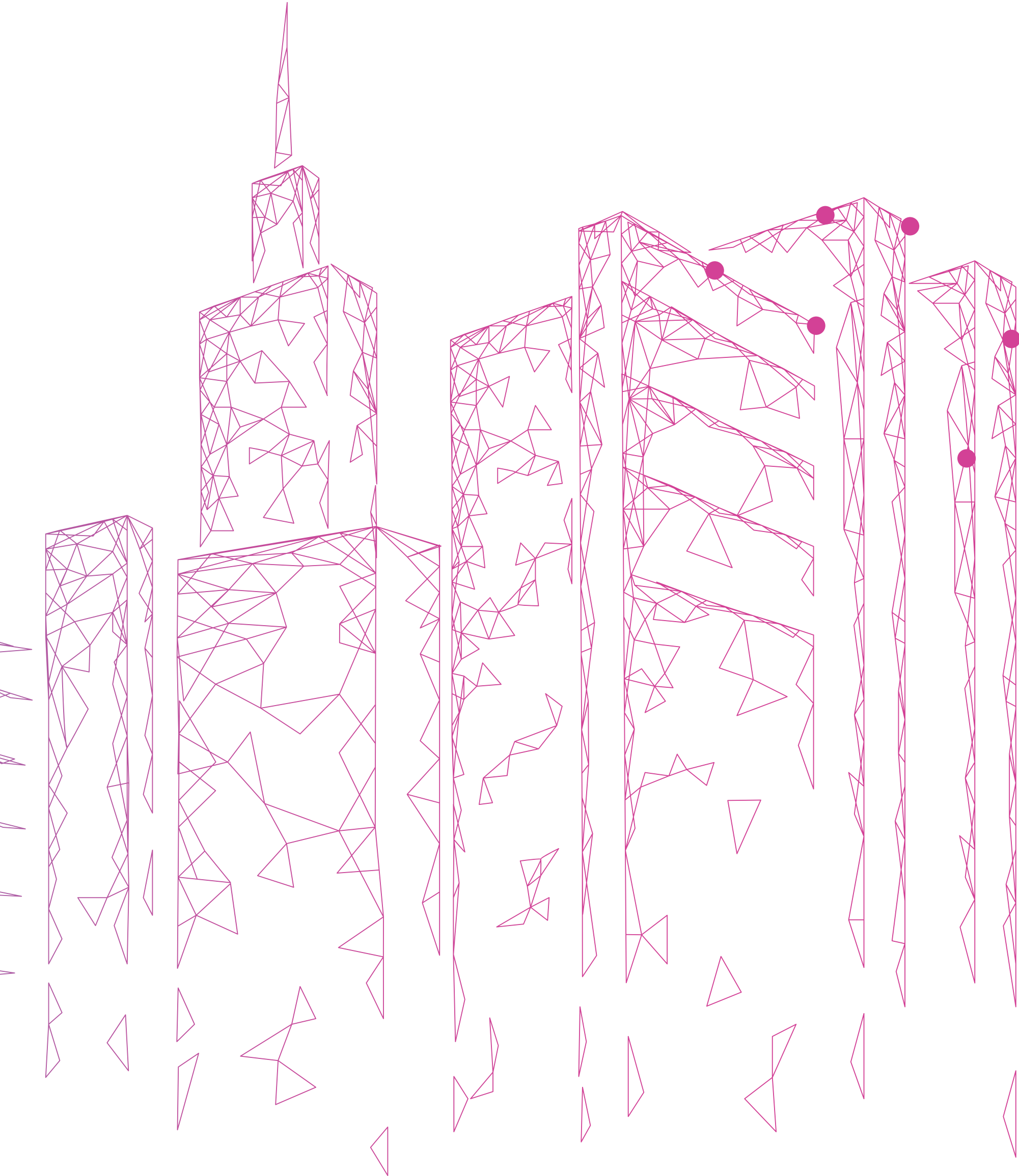


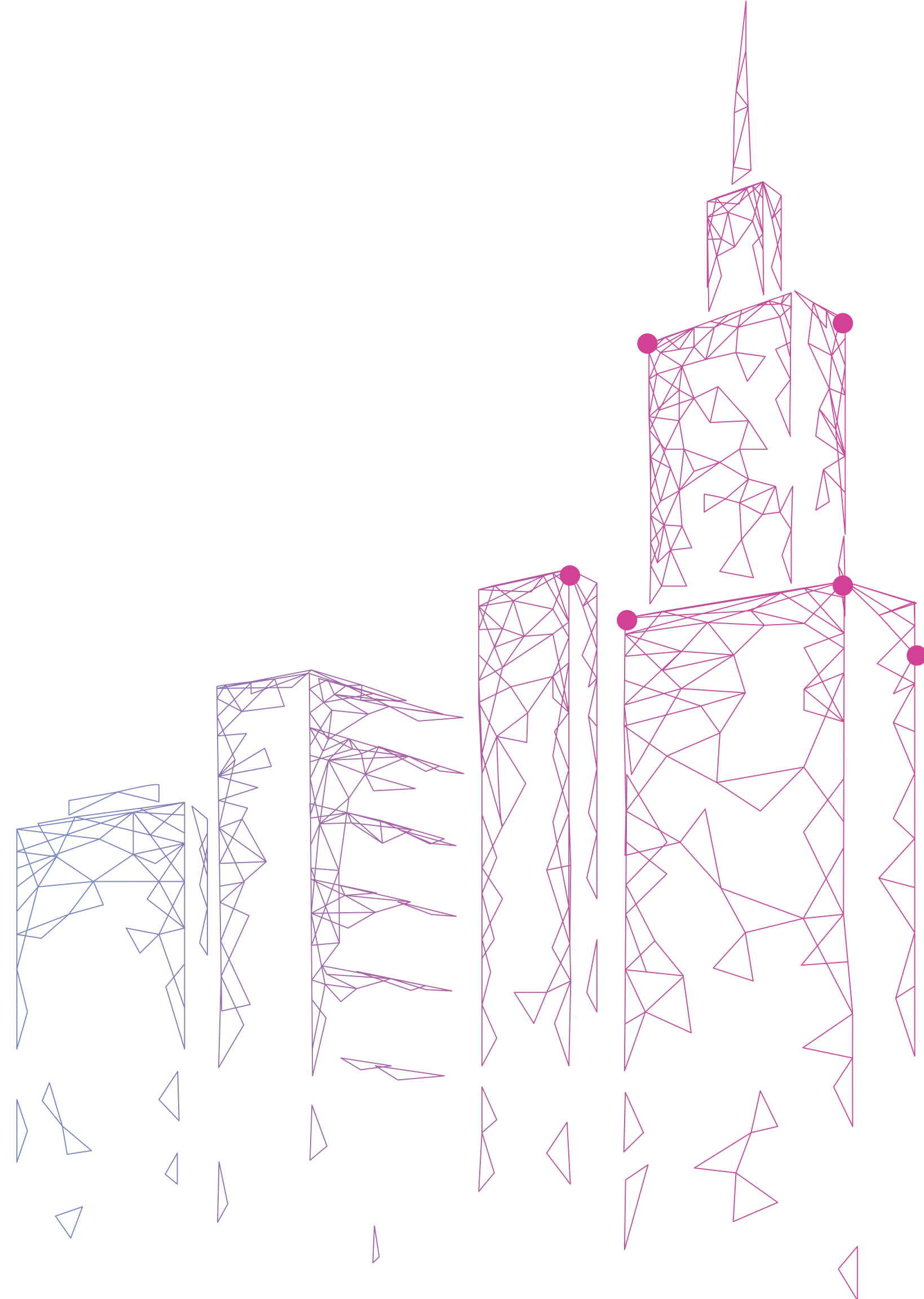
■ مقابلة الشركات لمعرفة النظرة عن الموظف المهندس المثالي، حيث أن المواصفات والمهارات المطلوبة تمكن في مهندساتنا اليوم ولكن يقف عارض الخوف (السقف الزجاجي) الذي يقطع ما بين المهندسة المرغوبة مع العمل المرغوب

■ اعلان عن أخذ الخطوة لسد الفجوة بين الجنسين مع اظهار فترة حياة امرأة منذ الصغر إلى وصولها للمهندسة مع أصوات تعليقات المجتمع السلبية/الغير مشجعة إلى بعد وصولها للمجال ومن ثم تسريع الوقت لتصبح ابنتها متحفزة ذات شغف هندسي مع أصوات تعليقات المجتمع الإيجابية/المشجعة حول تخصصها #من أجلك / #معاً لسد الفجوة

■ إيجاد عمل من مهندسات وعرضه للمجتمع لتصور صفات صاحب العمل ومن ثم اعلامهم عن حقيقة صاحبة العمل وتخصصها وما هي الخطوات اللازم اتخاذها لتغذي شغفها وفهم التخصصات العديدة التي من الممكن أن تتعمق بها

■ توضيح آلية المشاركة في الموقع الالكتروني والتطبيق لتفادي المصاعب والحيرة في الاختصاصات وتأثيرها واحتياجها في السوق





■ **Interactive screen/VR** للاطفال لإتمام البناء/ لرسم مبنى/ لمساعدة صنع

سد للماء/ تنسيق فندق/ مساعدة البيئة

■ تحديات لإنشاء مشاريع هندسية مصغرة مثل بناء حائط صغير/ مجسم لتفعيل

الألواح الشمسية/ تصميم غرفة/ محرك سيارة

■ **3D Holograms** لأعمال مهندسات وتشرح في أي سنة تمت مع نبذة عن

خلفية المهندسة وكيف كل مجال له أهميته وطريقه الخاص لنتيجة تفيد

الجميع

■ **AR** في الجامعات والمدارس والأسواق لقدرة رؤية مخططات في بعد جديد

وقريب من الواقع

■ بوثات في المدارس تمثل اقسام عن الكيمياء, الكهرباء, العلوم, ميكانيك,

البيئة, لإظهار أن الهندسة تتفرع ولها تخصصات في كافة الاهتمامات مع

هدية رمز (أنتِ المستقبل)

■ بوث يمثل العديد من الأقسام التي تكون عمل هندسي مميز من النساء

حول العالم (التنقل سيكون حسب البلد والسنة) وكل عمل سيمثل في 3d

hologram أو شاشة رقمية

الارقام المتوقعة

التطبيق	المستهدف	اللغة	الأفكار	Metric	Reach	CTR
تويتر	الجمهور كافة	عربي / انجليزي	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني /			
سناب شات	الجمهور كافة	عربي / انجليزي	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني / إعلان مشاهير /	9M / 7M Click / 6 Month	22M / 20M 6 Month	1%
انستغرام	الجمهور كافة	عربي / انجليزي	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني /	342K / 118k Click 6 Month	13M / 4.5M 6 Month	1.5%
فيس بوك	الجمهور كافة	عربي / انجليزي	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني /	312k / 105k Click 6 Month	1,3M / 456k 6 Month	1%
جوجل	الجمهور كافة	عربي / انجليزي	إلى موقع الويب CTA عرض إعلان	24.4k Click 6 Month	48.9k 6 month	10 targeted keywords
لينك إند	الجمهور كافة	عربي / انجليزي	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني /	4.4k – 820 Click 6 Month	670k – 160k 6 Month	0.56%

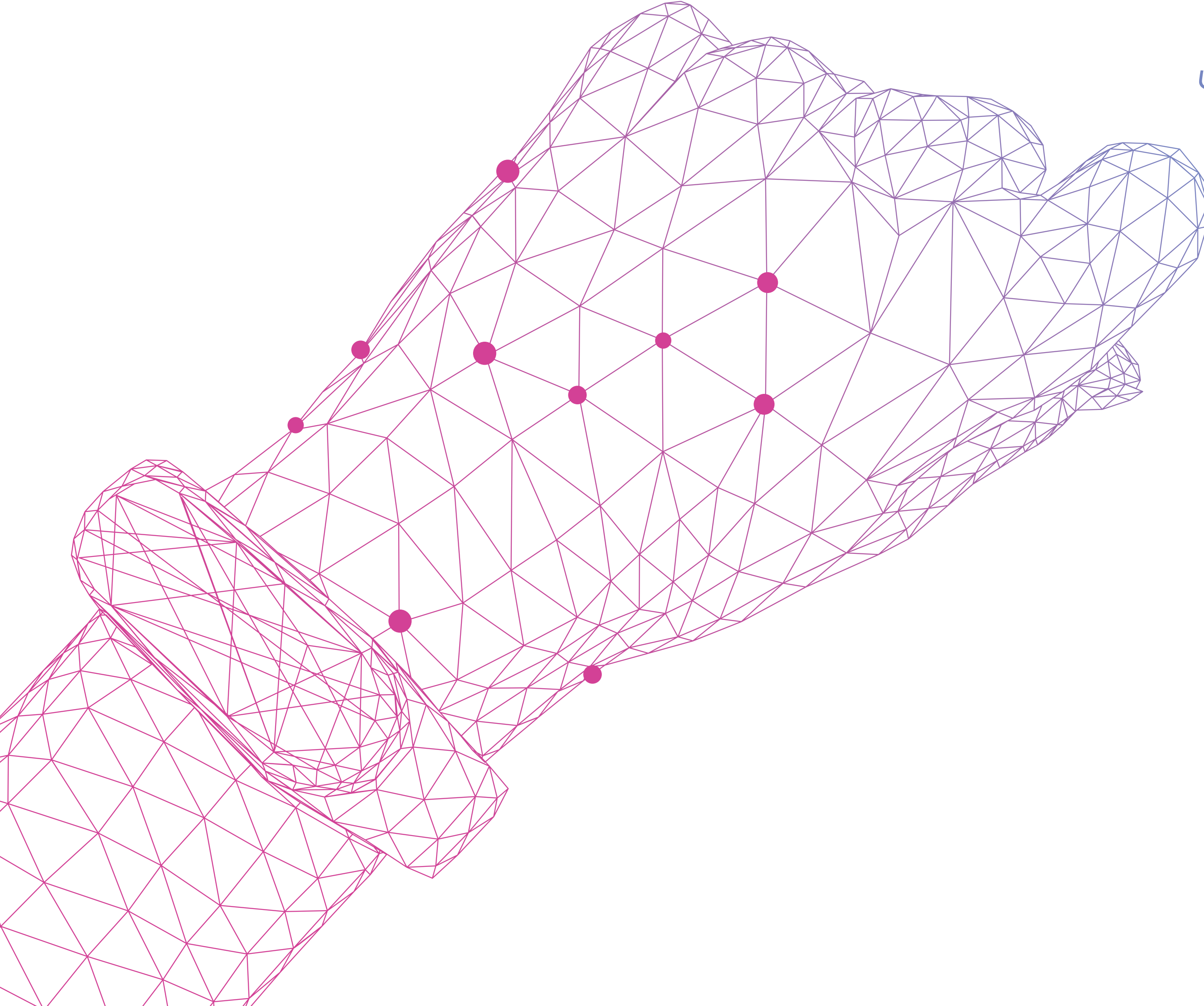
المرحلة الرابعة
مرحلة ما بعد التسجيل بحيث يتم
حياة والثناء التي استحقته التواصل
الدائم ودعمهم لآكمال المسيرة

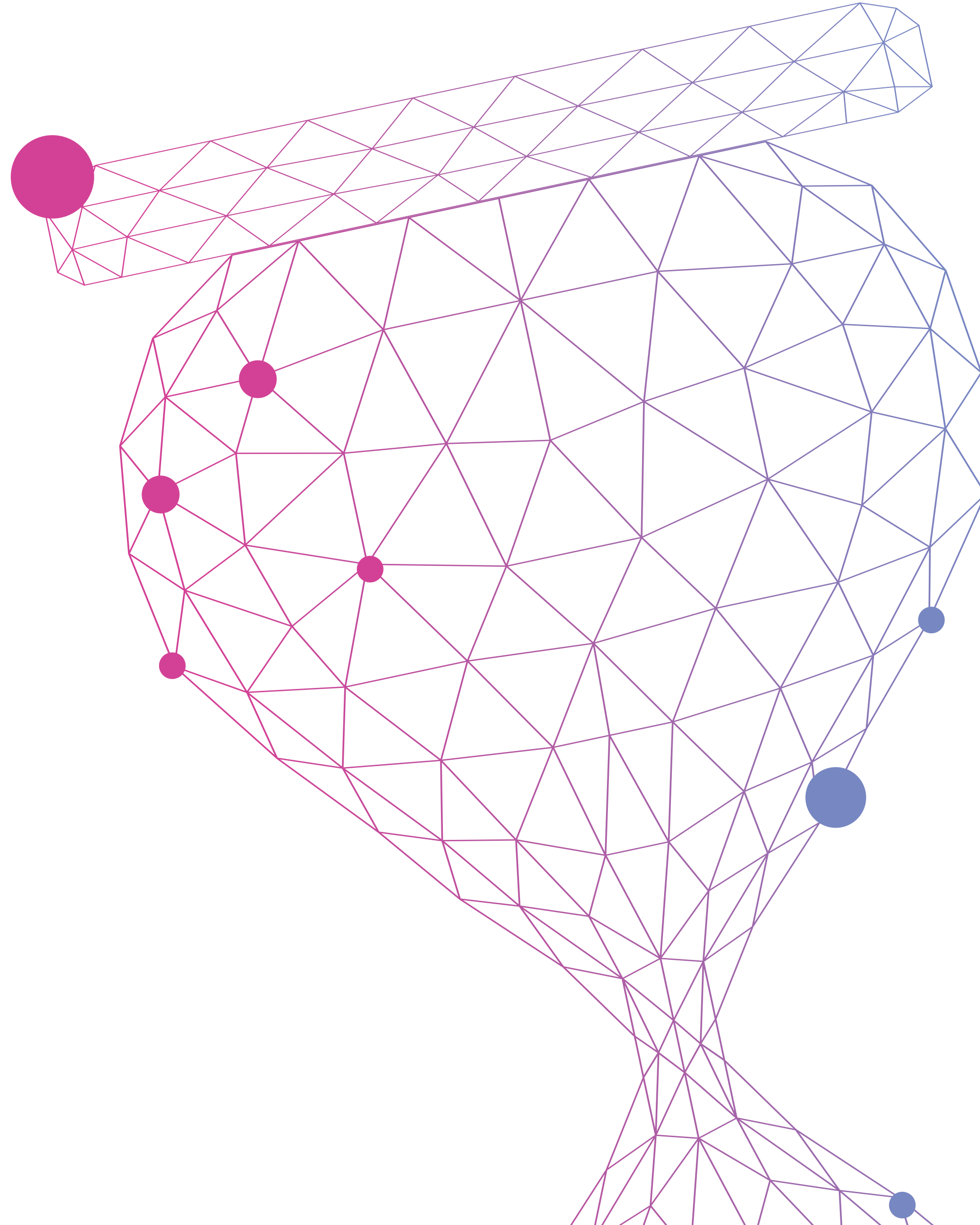
مقدمة تعريفية عن المرحلة

الدعم المتواصل هو سر استدامة المفعول والاهتمام وبالأنص عند نشر وتوسيع الوعي لفكرة غير مألوفة عند المجتمع لذلك هنا سيظهر الثناء الذي دامت حياة من أجله لتشجيع المهندسات في دخول في هذا القطاع

خطوات هذه المرحلة:

- عمل حملات دعائية
- فيديو دعائي عن النتائج والأرقام والجهود المبذولة لدى المجتمع لمواظبة التشجيع
- التعمق في التخصصات الهندسية
- الدعم المتواصل في استخدام المعدات المساعدة



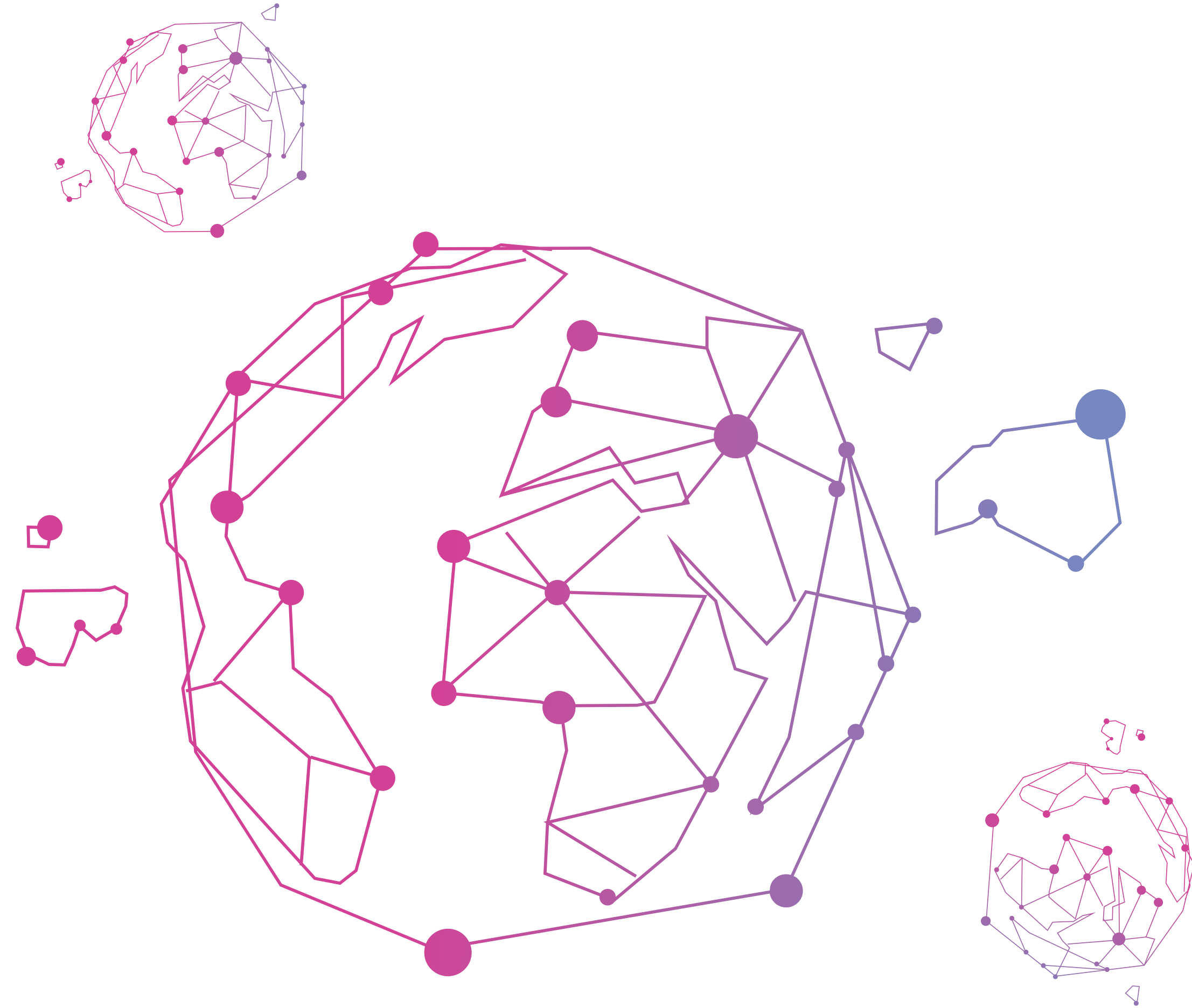


المدة الزمنية

- المرحلة التأسيسية: 30 – 40 يوم
- مرحلة الاطلاق: 30 يوم
- المدة الزمنية للحملات: 3 اشهر من تاريخ انتهاء مرحلة الاطلاق
- المدة كاملة: 5 اشهر

الفئة المستهدفة

- الامهات والاباء
- المتخرجات من المرحلة الثانوية
- طالبات الجامعة وسنة التحضيرية
- المهندسات المتخرجات



القنوات المستخدمة

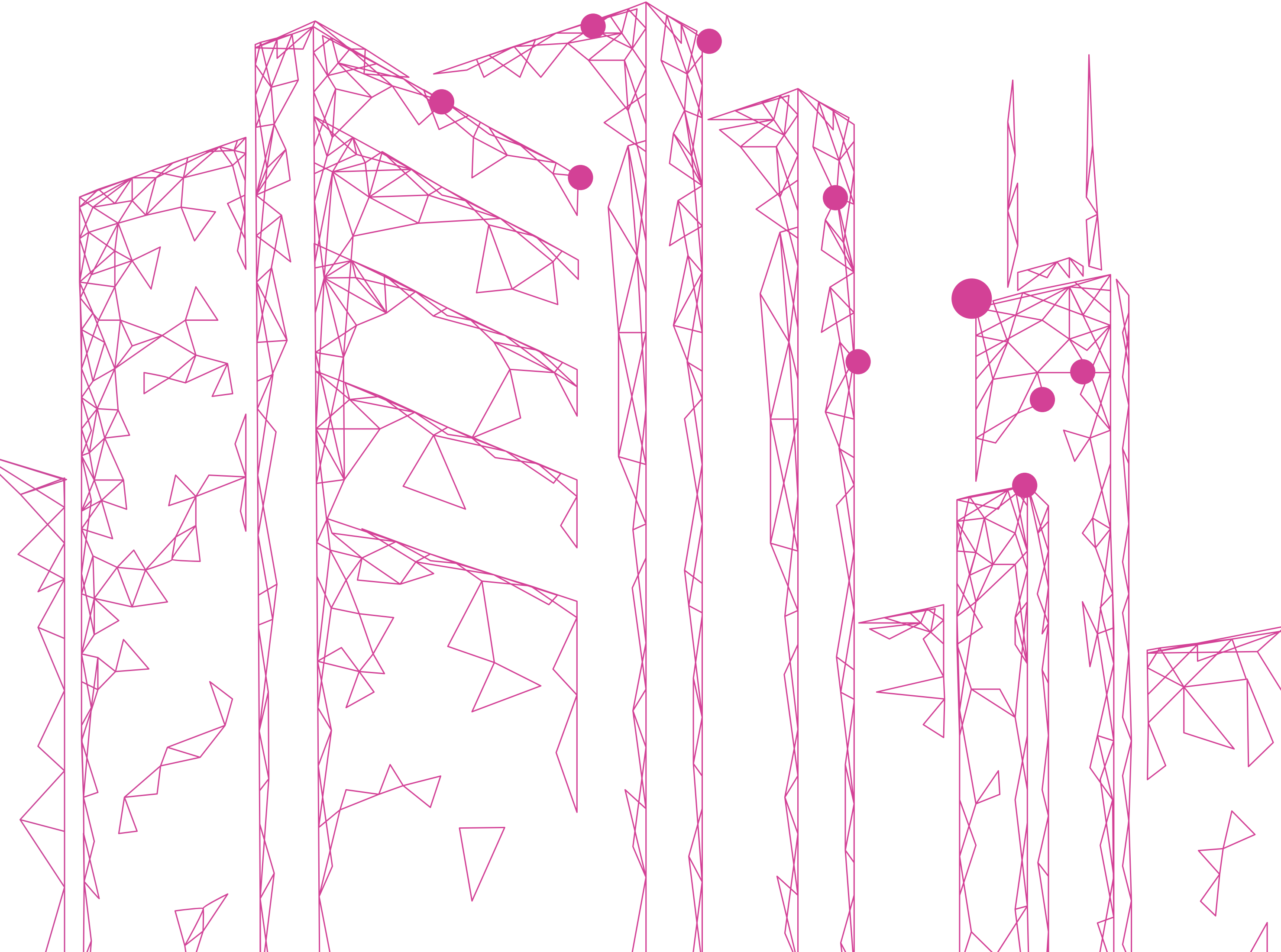
القنوات التسويقية الالكترونية:

- حملات تسويقية من بوستات ومقاطع فيديو عن المشتركات والالتزام في الخطوات السابقة
- التواجد المستمر والدعم المتواصل على منصات المبادرة للحفاظ على التفاعل وكسب رضا الفئة المستهدفة من تسهيل الاستخدام
- قصص المشتركات و/أو المهندسات اللواتي اظهرن اهتمام ومتابعة في هذا النشاط
- تأثير والهام شخصية حياة على المجتمع وكيف تغيرت النظرة العامة للمهنة
- نشرات بريدية عن العديد من المجلات الهندسية وتواجدها في المملكة



القنوات المستخدمة

- انشاء دورات متخصصة في تقوية مهارات المهندسات
- التعاون مع برامج تدريب هندسية لتسهيل الحصول على وتثبيت المهارات المطلوبة في السوق
- عمل مسابقات ابداع بين المهندسات لتصميم معين لكسب دورة مجانية



الارقام المتوقعة

CTR	Reach	Metric	الأفكار	اللغة	المستهدف	التطبيق
			فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني /	عربي / انجليزي	الجمهور كافة	تويتر
1%	22M / 20M 5 Month	8M / 5.5M Click / 5 Month	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني / إعلان مشاهير /	عربي / انجليزي	الجمهور كافة	سناب شات
1.5%	9M / 3M 5 Month	238.4K / 82k Click 5 Month	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني / إعلان مشاهير /	عربي / انجليزي	الجمهور كافة	انستغرام
1%	740k / 260k 5 Month	168k / 58k Click 5 month	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني /	عربي / انجليزي	الجمهور كافة	فيس بوك
10 targeted keywords	40,8k 5 month	20,4k Click 5 Month	إلى موقع الويب CTA عرض إعلان	عربي / انجليزي	الجمهور كافة	جوجل
0.45%	560k – 130k 5 Month	3.7k / 690 Click 5 Month	فيديو ترويجي للحدث ملصق اعلاني /	عربي / انجليزي	الجمهور كافة	لينك إند

شكراً