



الخطة التسويقية والإعلامية لمدرسة جدة الراقية

Marketing and Advertising Plan for JRIS

Contents

التسويق.....	2
Marketing	2
الخطوة الأولى: التخطيط.....	2
First step: The planning.....	2
الخطوة الثانية: بدء الترويج.....	3
Second Step: Start Promoting.....	3
المرحلة الثالثة: التسجيل.....	3
Third Step: Registration	3
المرحلة الرابعة: الاحتفاظ بالعلاقات.....	3
Step Four: Maintaining Relationships.....	3
الاعلام.....	4
media	4
التسويق الرقمي والإعلام الاجتماعي.....	4
Digital Marketing and Social Media	4
فريق العمل.....	4
Team:	4
التوصيف الوظيفي لمشرفة السوشيال ميديا.....	5
Job description for a social media supervisor.....	5

Marketing	التسويق
<p>The ethical marketing policy at Jeddah Alraqiya School is based on the process of clarifying the educational services it provides and clarifying it to parents by focusing on how its services benefit students.</p>	<p>ترتكز سياسة التسويق الأخلاقي في مدرسة جدة الراقية على عملية إيضاح ما تقوم به من خدمات تعليمية و تربوية و ايضاحها لأولياء الأمور من خلال التركيز على كيفية إفادة خدماتها للطلاب.</p>
<p>First step: The planning We start by studying our students who are already enrolled with us to know where we should start, then evaluate the school environment to help us plan our marketing criteria and strategy then we follow the following steps.</p>	<p>الخطوة الأولى: التخطيط نبدأ في المدرسة بإجراء اختبار تقييم للطلاب الذين يلتحقون ببرامج التعليم لدينا لمعرفة آلية البدء ومن أي نقطة تحديداً، والتخطيط، وتقييم البيئة الداخلية والخارجية للمدرسة لمعرفة آلية التسويق وكيفية اختيار الاستراتيجية الصحيحة، ويتم تقسيم هذه المرحلة إلى ثلاث أقسام رئيسية، وهي كالآتي:</p>
<p>First: evaluate our current marketing strategy and study its strength and weakness and how true it is. Second: evaluating and surveying the level of stakeholders' satisfaction. This will help us in planning our future marketing strategies. Third: evaluate the school environment and the schools around us to learn about the competition in the local market and to be prepared for the next step.</p>	<p>أولاً: تقييم الاستراتيجية المتبعة حالياً في التسويق وتحديد أوجه القصور فيها بكل مصداقية. ثانياً: تقييم وقياس مدى رضى أولياء الأمور ومعرفتهم بشكل أفضل مما يساعد في تحديد شكل الاستراتيجية أو الطريقة المتبعة في التسويق المستقبلي بشكل أوضح. ثالثها: التوجه لدراسة وتقييم البيئة التي توجد فيها المدرسة والتي تتضمن المنافسين والشركاء والموردين وما إلى ذلك، وبهذه الطريقة نصبح مستعدين للخطوة التالية.</p>

<p>Second Step: Start Promoting</p> <p>After collecting the important information and data in the previous step, we start at this stage with the idea of the application to take advantage of what we have collected, and start marketing our school through our website, as the website is the first destination for parents, in general, to receive feedback about our school and our services and put forward what makes this school distinct from others, and so on, using the correct method of persuasion.</p>	<p>الخطوة الثانية: بدء الترويج</p> <p>بعد القيام بجمع المعلومات والبيانات المهمة في الخطوة السابقة، نبدأ في هذه المرحلة فكرة التطبيق للاستفادة مما قمنا بجمعه، والبدء بالتسويق لمدرستنا من خلال موقع الويب الخاص بنا، حيث يعتبر موقع الويب الوجهة الأولى لأولياء الأمور بشكل عام ليفوموا بأخذ التغذية الراجعة عن مدرستنا وخدماتنا، وطرح ما يجعل هذه المدرسة مميزة عن غيرها وما إلى ذلك باستخدام الأسلوب الصحيح في الإقناع.</p>
<p>Third Step: Registration</p> <p>One of the effective strategies in the world of marketing for schools is marketing through school exhibitions or tours, which enables families to communicate directly with the school, which increases the chance of reaching an actual agreement between the two parties, and at this stage, the burden also falls on the school's staff and teachers who have to show their good side in the treatment of the child, which may play an important role in decision-making in choosing a school or not.</p>	<p>المرحلة الثالثة: التسجيل</p> <p>تعد إحدى الاستراتيجيات الفعالة في عالم التسويق للمدارس التسويق من خلال المعارض المدرسية أو الجولات، والتي تمكن العائلات من التواصل المباشر مع المدرسة مما يزيد من فرصة الوصول إلى اتفاق فعلي بين الطرفين، وفي هذه المرحلة يقع العبء أيضاً على موظفي ومعلمي المدرسة الذين يتوجب عليهم إظهار الجانب الجيد في المعاملة الدائمة للطفل والتي قد تلعب دوراً هاماً في اتخاذ القرار في اختيار المدرسة من عدمه.</p>
<p>Step Four: Maintaining Relationships</p> <p>The school can achieve total success only by reaching the registration stage. To reach real success and achieve actual benefits from marketing strategies, schools must retain their students and maintain the built relationships with parents. Therefore, we implement strategies of welcoming and gentle talking with them every once in a while, regarding the level and development of their children and what In addition, which plays an important role in transferring these good experiences to their relatives and friends, and thus obtaining free campaigns and faster marketing for the school.</p>	<p>المرحلة الرابعة: الاحتفاظ بالعلاقات</p> <p>تتمكن المدرسة من النجاح الكلي فقط بالوصول إلى مرحلة التسجيل، فالوصول إلى النجاح الحقيقي وتحقيق الاستفادة الفعلية من استراتيجيات التسويق يتوجب على المدارس الاحتفاظ بطلابها والحفاظ على العلاقات المبنية مع أولياء الأمور، لذلك نقوم باستراتيجيات الترحيب والتحدث اللطيف معهم كل فترة في ما يتعلّق بمستوى أبناءهم وتطوره وما إلى ذلك، مما يلعب دوراً هاماً في نقلهم لهذه التجارب الجيدة مع أقربائهم وأصدقائهم وبالتالي الحصول على حملات مجانية وتسويق أسرع للمدرسة.</p>

<p>media</p>	<p>الإعلام</p>
<p>Marketing the event by publishing school news and events on the websites. Advertise directly on social media channels. Design an introductory video about the event and publish it on social media.</p>	<p>تسويق الفعالية من خلال نشر أخبار وفعاليات المدرسة في المواقع الإلكترونية. الإعلان بشكل مباشر في قنوات التواصل الاجتماعي. تصميم فيديو تعريفى عن الفعالية ونشره في مواقع التواصل الاجتماعي.</p>
<p>Digital Marketing and Social Media</p> <p>Launching an event campaign on social media, launching hashtags, and inviting followers with event details. Launch an advertisement on social media that includes all information. Designing multiple infographics or advertisements for the event to be used in advertisements on social media, e-mail, and the Classera website. Paid advertisement for the event on Twitter and Facebook (for future activation) - Live transmission of the event through Facebook Live and Instagram (for future activation)</p>	<p>التسويق الرقمي والإعلام الاجتماعي</p> <p>إطلاق حملة بالفعالية في مواقع التواصل وإطلاق هاشتاقات ودعوة المتابعين بتفاصيل الفعالية. إطلاق إعلان في مواقع التواصل ويكون متضمن كافة المعلومات. تصميم إنفو جرافيك او إعلانات دعائية متعددة للفعالية لاستخدامه في الإعلانات في الاعلام الاجتماعي والبريد الإلكتروني وموقع كلاسيريا. الإعلان المدفوع عن الفعالية في موقع التواصل كـتويتر والفيس بوك (للتعجيل مستقبلا) - نقل الحدث بشكل مباشر من خلال الفيسبوك لايف والانسجرام (للتعجيل مستقبلا)</p>
<p>Team:</p> <p>Formation of the marketing and advertising team to implement the plan</p> <p>- Develop a schedule and list of tasks and follow them up daily.</p> <p>Defining tasks for each member and not overlapping tasks</p>	<p>فريق العمل :</p> <p>-تكوين فريق التسويق و الإعلان لتنفيذ الخطة -وضع جدول وقائمة بالمهام ومتابعتها بشكل يومي. - تحديد المهام لكل عضو وعدم التداخل في المهام</p>

Job description for a social media supervisor

1. Filming the school activities according to the photography conditions using a professional camera, documenting them, and uploading them classified and arranged on Dropbox and the school hard disk in files collected according to the occasion.
2. Photographing the class activities and the students' projects according to the attached photography conditions, documenting them, and uploading them classified and arranged on the school's Dropbox and the school's hard disk.
3. Producing at least daily videos (video duration 59 seconds) and at least five videos per day on occasion days (video duration 59 seconds) using original montage programs such as (VivaVideo) *The school pays annual subscription fees* provided that the videos are of high quality in addition to the school logo and the accreditation logo
4. Design advertisements for events using the (Canva) program, according to the instructions of the direct supervisor. * You will be provided with a list of global events, and seasonal announcements will be added to it, such as the beginning of the school year, trip announcements, tests, and competitions.
5. The designs shall be consistent and the colors consistent with the school logo and its theme shall be used
6. Managing accounts (Instagram - Facebook) and uploading videos, photos, and ads on them in a professional manner while maintaining consistency in design and publishing and not publishing anything without the approval of the direct supervisor.
7. Respond to the questions of the family, guests, and interested parties that are answered on the communication sites, according to the directives and instructions of the administration.
8. Ensure that responses are brief and complaints and financial inquiries are referred to the school administration.

التوصيف الوظيفي لمشرفة السوشيال ميديا

1. تصوير الأنشطة المدرسية حسب شروط التصوير بالكاميرا الاحترافية وتوثيقها ورفعها مصنفة ومرتبطة على دروب بوكس وهارديسك المدرسة في ملفات مجمعة حسب المناسبة.
2. تصوير الأنشطة الصفية ومشاريع الطالبات حسب شروط التصوير المرفقة وتوثيقها ورفعها مصنفة ومرتبطة على دروب بوكس المدرسة وهارديسك المدرسة.
3. انتاج فيديوهات بواقع فيديو يوميا على الأقل (مدة الفيديو 59 ثانية) وخمسة يوميا على الأقل في أيام المناسبات (مدة الفيديو 59 ثانية) باستخدام برامج المونتاج الاصلية مثل (VivaVideo) *تتكفل المدرسة بدفع رسوم الاشتراك السنوية* على ان تكون الفيديوهات ذات جودة ومضاف لها شعار المدرسة وشعار الاعتماد
4. تصميم إعلانات خاصة بالمناسبات باستخدام برنامج (Canva) وحسب تعليمات المشرفة المباشرة. *سيتم تزويدكم بقائمة المناسبات العالمية وسيضاف لها إعلانات موسمية، مثل بداية العام الدراسي، إعلانات رحلات، اختبارات ومسابقات.
5. تكون التصميمات متناسقة ويستخدم لها ألوان متناسقة مع شعار المدرسة والقيم الخاص فيها
6. إدارة الحسابات (انستغرام – الفيس بوك) ورفع الفيديوهات عليها والصور والإعلانات بطريقة احترافية مع المحافظة على التناسق في التصميم والنشر وعدم نشر أي شيء الا بموافقة المشرفة المباشرة.
7. الرد على تساؤلات الاهل والضيوف والمهتمين التي ترد على مواقع التواصل حسب توجيهات وتعليمات الإدارة.
8. الحرص على ان تكون الردود مقتضية وتحال الشكاوى والاستفسارات المالية لإدارة المدرسة.

9. Supervising the Twitter account, following the instructions of the media directive by the Ministry, and adhering literally to the Ministry's requirements and hashtags that are allowed and recommended for use by the Ministry only. * If the employee does not comply with the terms of use of Twitter, she is exposed to the issue and may reach the extent of expulsion or legal accountability, given that Twitter is considered an official means of communication legally monitored by the Education Department *.

10. Communicate with the website coordinator and provide him with the required photos and videos approved by the school administration.

Notes:

- Photography, whether photos or videos, should not show any adult girl in the school, whether a teacher or a student.
 - Some parents may not want their sons or daughters to be photographed, so care must be taken to exclude male or female students from photographing in a smart, caring, and careful manner so as not to cause pain to the student. If a picture of a male or female student appears who does not wish to appear, their faces are blurred with appropriate smiling emoji.
 - You will be provided with a tablet for school work only and a professional camera to facilitate your work.
 - You will download and subscribe to the required design programs.
- You shall be the representative of the school and the holder of the confidential passwords for the accounts of the teacher

9. الإشراف على حساب تويتر واتباع تعليمات الموجهة الإعلامية من قبل الوزارة والالتزام حرفياً بمتطلبات الوزارة والهاشتاجات المسموح والموصى باستخدامها من قبل الوزارة فقط. *في حال عدم التزام الموظفة بشروط استخدام تويتر تتعرض للمسألة ويمكن تصل لحد الطرد او المحاسبة القانونية، نظراً لان تويتر يعتبر وسيلة اتصال رسمية مراقبة قانونياً من قبل إدارة التعليم*.

10. التواصل مع منسق الموقع الإلكتروني (الوبسايت) وتزويده بالصور والفيديوهات المطلوبة والموافق عليها من قبل إدارة المدرسة.

ملاحظات:

- التصوير سواء كان صور او فيديو يجب ان لا يظهر أي فتاة بالغة في المدرسة سواء معلمة او طالبة.
- بعض الأهالي قد لا يرغبون في تصوير ابناءهم او بناتهم فيجب الحرص على استثناء الطالب او الطالبة من التصوير بطريقة ذكية وفيها رعاية وحرص حتى لا تتسبب بالم للطالب. في حال ظهرت صورة للطالب او الطالبة من غير الراغبين في الظهور، يتم طمس وجوههم بصور اموجي مبتسم مناسب.
- سيتم تزويدك بجهاز تابلت خاص بأعمال المدرسة فقط وبكاميرا احترافية كي تسهل عملك.
- سيتم إنزال والاشترك ببرامج التصميم المطلوبة.
- أنتم ستكونون ممثلين للمدرسة وحاملين لكلمات المرور السرية لحسابات المدرس والمتحدثين الرسميين باسمها، فعليكم الحفاظ على السرية والالتزام بميثاق اخلاقيات العمل وإظهار المدرسة بصورة حسنة.
- سيتم تقييمكم من قبل مشرفتكم المباشرة حسب المهام الموكلة أعلاه بالإضافة الى الالتزام بالقوانين العامة للمدارس.