

AMMI

الخطة الاستراتيجية AMMI

المجموعة العربية لأبحاث التسويق والإعلام

(2025-2028)

المحتويات

1. نظرة عامة
2. الرؤية والرسالة والقيم
3. التحليل الاستراتيجي
4. الأهداف الاستراتيجية
5. المحاور الاستراتيجية
6. خطة التنفيذ
7. مؤشرات الأداء الرئيسية

نظرة عامة

عن AMMI

مجموعة AMMI هي شركة استشارية متخصصة في التسويق والإعلام، تقدم حلولاً متكاملة تجمع بين الخبرة الأكاديمية والتطبيق العملي، مع التركيز على الأسواق العربية والتحول الرقمي.

الفترة الزمنية

(2025 - 2028) ثلاث سنوات

نطاق العمل

- الوطن العربي (التركيز الأساسي)
- التوسع الإقليمي والدولي

الرؤية والرسالة والقيم

الرؤية

أن نكون الشريك الاستراتيجي الأول للشركات والعلامات التجارية في الوطن العربي، ورائدين في دمج الذكاء الاصطناعي مع الحلول التسويقية المبتكرة.

الرسالة

تمكين الشركات ورواد الأعمال من تحقيق النمو المستدام من خلال استراتيجيات تسويقية مبنية على أبحاث علمية دقيقة، وتقنيات حديثة، وفهم عميق للسوق العربي.

القيم الجوهرية

- التميز الأكاديمي: الجمع بين النظرية والتطبيق
- الابتكار: استخدام أحدث التقنيات والذكاء الاصطناعي
- الموثوقية: تقديم نتائج ملموسة وقابلة للقياس
- الفهم الثقافي: احترام وفهم خصوصية الأسواق العربية
- الشراكة الحقيقية: النمو المشترك مع عملائنا

التحليل الاستراتيجي

تحليل SWOT

نقاط القوة (Strengths)

- فريق أكاديمي متخصص بخبرات علمية وعملية
- دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في الخدمات
- فهم عميق للأسواق العربية وثقافتها
- محفظة خدمات متكاملة ومتنوعة
- خبرة في الامتياز التجاري (الفرنشايز)
- منهجيات بحثية علمية دقيقة

نقاط الضعف (Weaknesses)

- الحاجة لزيادة الانتشار والوعي بالعلامة التجارية
- المنافسة مع شركات عالمية كبرى
- محدودية الموارد مقارنة بالشركات الكبيرة
- الحاجة لتوسيع قاعدة العملاء

الفرص (Opportunities)

- النمو السريع في التحول الرقمي بالمنطقة العربية
- زيادة الطلب على حلول الذكاء الاصطناعي
- نمو قطاع ريادة الأعمال في الوطن العربي
- التوسع في أسواق الفرانشايز الإقليمية
- الطلب المتزايد على الأبحاث التسويقية المتخصصة
- رؤية 2030 والتحول الاقتصادي الكبرى

التحديات (Threats)

- المنافسة الشديدة من شركات عالمية
- التغيرات السريعة في التقنيات الرقمية
- التحديات الاقتصادية في بعض الأسواق العربية
- التغيرات في سلوك المستهلكين

الأهداف الاستراتيجية

الهدف الرئيسي

مضاعفة قيمة الأصول التجارية لعملائنا وتحقيق نمو مستدام بنسبة 150% بحلول عام 2028.

الأهداف الفرعية

1 - النمو والتوسع (2025-2028)

- زيادة قاعدة العملاء بنسبة 200%
- التوسع في 5 أسواق عربية جديدة
- تحقيق نمو سنوي في الإيرادات بنسبة 40-50%

2 - التميز التقني والابتكار

- تطوير 3 أدوات ذكاء اصطناعي خاصة بAMMI
- أتمتة 60% من العمليات التحليلية
- إطلاق منصة رقمية متكاملة للعملاء

3 - بناء العلامة التجارية

- أن يصبح ضمن أفضل 5 شركات استشارية في الوطن العربي
- تحقيق 100,000 متابع على المنصات الرقمية
- نشر 50 دراسة بحثية متخصصة سنويًا

4 - تطوير رأس المال البشري

- زيادة حجم الفريق بنسبة 150%
- تدريب 100% من الموظفين على الذكاء الاصطناعي
- جذب أفضل 10 خبراء في المنطقة



المحاور الاستراتيجية

المحور الأول: التميز في الخدمات

1 - أبحاث التسويق والإعلام

الاستراتيجيات:

- تطوير قاعدة بيانات ضخمة للسوق العربي
- استخدام AI لتحليل البيانات والتنبؤ بالاتجاهات
- إنشاء تقارير سوقية دورية مجانية لبناء السمعة
- تقديم أبحاث مخصصة بتقنيات متقدمة

المخرجات المتوقعة:

- 200 دراسة بحثية متخصصة خلال 3 سنوات
- قاعدة بيانات تضم 100,000+ مستهلك عربي
- دقة تنبؤ بنسبة 85%+ في التوقعات السوقية

2 - التخطيط الاستراتيجي

الاستراتيجيات:

- تطوير منهجية AMMI الفريدة للتخطيط الاستراتيجي
- تقديم ورش عمل تفاعلية للعملاء
- متابعة تنفيذ الخطط بشكل ربع سنوي
- دمج السيناريوهات المستقبلية في الخطط

المخرجات المتوقعة:

- مساعدة 150 شركة في بناء خططها الاستراتيجية
- نسبة نجاح 90% في تحقيق أهداف العملاء

3 - الامتياز التجاري (الفرنشايز)

الاستراتيجيات:

- إنشاء وحدة متخصصة في الفرانشايز
- تطوير أدلة تشغيلية معتمدة
- بناء شبكة شركاء إقليميين
- تقديم دراسات جدوى شاملة

المخرجات المتوقعة:

- مساعدة 30 علامة تجارية في التحول للفرانشايز
- افتتاح 200+ فرع جديد للعملاء
- تحقيق معدل نجاح 85% للفروع الجديدة

4 - بناء وتطوير العلامات التجارية

الاستراتيجيات:

- تطوير هوية بصرية وصوتية متكاملة
- إنشاء استراتيجيات brand positioning مبتكرة
- استخدام storytelling احترافي
- قياس قيمة العلامة التجارية Brand Equity

المخرجات المتوقعة:

- بناء 100 علامة تجارية جديدة
- زيادة قيمة العلامات التجارية للعملاء بمعدل 120%

5 - التسويق الرقمي

الاستراتيجيات:

- حملات تسويقية مدعومة بالذكاء الاصطناعي
- تحسين محركات البحث SEO المتقدم
- إدارة وسائل التواصل الاجتماعي بشكل احترافي
- التسويق بالمحتوى القِيم

المخرجات المتوقعة:

- إدارة حملات بقيمة 50 مليون دولار
- تحقيق ROI بمعدل 400%+ للعملاء

6 - التدريب والاستشارات

الاستراتيجيات:

- برامج تدريبية معتمدة في التسويق والإعلام
- استشارات مخصصة لكل قطاع
- ورش عمل تفاعلية

- برامج mentorship لرواد الأعمال

المخرجات المتوقعة:

- تدريب 5,000 متخصص
- تقديم 500 استشارة متخصصة

المحور الثاني: التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي

الاستراتيجيات التنفيذية:

1 - تطوير الأدوات الذكية

- أداة تحليل المنافسين بالذكاء الاصطناعي
- نظام توقع سلوك المستهلك
- منصة إدارة الحملات الآلية
- محلل المحتوى الذكي

2 - الأتمتة والكفاءة

- أتمتة عمليات جمع البيانات
- تقارير تلقائية بالذكاء الاصطناعي
- نظام CRM ذكي
- chatbot متعدد اللغات للعملاء

3 - الابتكار المستمر

- مختبر AMMI للابتكار
- شراكات مع جامعات ومراكز بحثية
- hackathons سنوية
- صندوق للأفكار الابتكارية

المحور الثالث: التوسع الجغرافي

المرحلة الأولى (2025)

الأسواق المستهدفة:

- السعودية (التوسع)
- الإمارات
- مصر
- الأردن

الاستراتيجيات:

- فتح مكاتب إقليمية
- شراكات استراتيجية محلية
- تخصيص الخدمات لكل سوق
- حملات تسويقية مكثفة

المرحلة الثانية (2026-2027)

الأسواق المستهدفة:

- الكويت وقطر والبحرين
- المغرب والجزائر وتونس
- لبنان والعراق

الاستراتيجيات:

- نموذج الفرشائز للتوسع
- اكتساب شركات محلية صغيرة
- تطوير حضور رقمي قوي

المرحلة الثالثة (2028)

التوسع الدولي:

- تركيا
- أوروبا (المجتمعات العربية)
- ماليزيا واندونيسيا

المحور الرابع: بناء العلامة التجارية والسمعة

1 - استراتيجية المحتوى

التكتيكات:

- نشر 2-3 مقالات متخصصة أسبوعياً
- إطلاق بودكاست "AMMI Talks" شهرياً
- فيديوهات تعليمية قصيرة يومياً
- webinars شهرية مجانية

المنصات:

- LinkedIn (B2B)
- Instagram & Facebook (B2C)

- YouTube محتوى توعوي
- Blog متخصص

2 - العلاقات العامة

- حضور أهم 10 مؤتمرات سنوياً
- رعاية فعاليات ريادة الأعمال
- شراكات مع جمعيات التسويق العربية
- جوائز AMMI للتميز التسويقي

3. thought leadership

- نشر كتب متخصصة (3 كتب في 3 سنوات)
- دراسات سنوية عن السوق العربي
- ظهور إعلامي منظم للمؤسسين
- كتابة مقالات في منشورات عالمية

المحور الخامس: الشراكات الاستراتيجية

أنواع الشراكات:

1 - شراكات تقنية

- شركات الذكاء الاصطناعي
- منصات التحليل والبيانات
- شركات التقنية السحابية

2 - شراكات أكاديمية

- جامعات عربية رائدة
- مراكز الأبحاث
- برامج التدريب والتأهيل

3 - شراكات تجارية

- غرف التجارة العربية
- جمعيات رواد الأعمال
- منصات الفرشائز الدولية

4 - شراكات إعلامية

- قنوات تلفزيونية متخصصة
- صحف ومجلات اقتصادية
- مؤثرين في مجال الأعمال

خطة التنفيذ

السنة الأولى (2025): البناء والتأسيس

Q1 يناير - مارس

التركيز: الهيكلية الداخلية

- إعادة هيكلة الأقسام الداخلية
- توظيف 15 موظف جديد أولوية AI & Data
- إطلاق منصة CRM الداخلية
- بدء تطوير أدوات الذكاء الاصطناعي

المؤشرات:

- اكتمال الهيكل التنظيمي 100%
- 15 موظف جديد
- استعداد المنصة التقنية

Q2 أبريل - يونيو

التركيز: إطلاق الخدمات المحدثة

- إطلاق حزمة الخدمات الجديدة
- حملة تسويقية كبرى "AMMI 2.0"
- فتح المكتب الإقليمي الأول (السعودية)
- 3 webinars مجانية

المؤشرات:

- 25 عميل جديد
- حضور +500 شخص في ال webinars
- افتتاح مكتب واحد

Q3 يوليو - سبتمبر

التركيز: النمو والتوسع

- إطلاق أول أداة AI خاصة
- مشاركة في 3 مؤتمرات كبرى
- إطلاق برنامج التدريب المعتمد
- فتح المكتب الثاني (الإمارات)

المؤشرات:

- 40 عميل جديد (إجمالي 65)
- 100 متدرب في البرامج
- إطلاق أداة AI واحدة

Q4 أكتوبر - ديسمبر

التركيز: التقييم والتخطيط

- مراجعة شاملة للأداء
- إطلاق تقرير "حالة التسويق العربي 2025"
- تخطيط تفصيلي لـ 2026
- احتفالية نهاية العام للعملاء

المؤشرات:

- 80 عميل إجمالي
- نمو 60% في الإيرادات
- نشر التقرير السنوي

السنة الثانية (2026): التوسع والنمو

الأهداف الرئيسية:

- فتح 3 مكاتب إقليمية جديدة
- مضاعفة حجم الفريق
- إطلاق أدوات AI إضافيتين
- الوصول لـ 150 عميل

الأولويات:

1. التوسع الجغرافي
 - مصر (Q1)
 - الأردن (Q2)
 - دول الخليج الأخرى (Q3-Q4)
2. تطوير المنتجات
 - منصة إدارة الحملات الذكية
 - نظام تحليل المنافسين
 - تطبيق موبايل للعملاء
3. بناء السمعة
 - نشر كتاب "التسويق الذكي في العالم العربي"
 - إطلاق جائزة AMMI للتميز
 - 50 ظهور إعلامي

السنة الثالثة (2027): الريادة والاستدامة

الأهداف الرئيسية:

- الوصول لـ 250 عميل نشط
- التوسع في 3 أسواق جديدة
- تحقيق الربحية الكاملة لجميع الفروع
- إطلاق برنامج الفرانشايز الخاص ب-AMMI

الأولويات:

1. الريادة السوقية
 - أن نصبح ضمن Top 3 في 5 أسواق
 - تحقيق حصة سوقية 15%+ في الأسواق الرئيسية
2. الابتكار المستمر
 - مختبر AMMI للابتكار
 - 5 براءات اختراع في تقنيات التسويق
 - شراكات تقنية عالمية
3. الاستدامة المالية
 - تنوع مصادر الدخل
 - نموذج الاشتراكات الشهرية
 - صندوق استثماري للمشاريع الناشئة

السنة الرابعة (2028): التميز والعالمية

الأهداف الرئيسية:

- 400 عميل نشط
- حضور في 12+ دولة عربية
- البدء بالتوسع الدولي
- تحقيق الهدف الرئيسي: نمو 150%

الأولويات:

1. العالمية
 - دخول السوق التركي
 - خدمة المجتمعات العربية في أوروبا
 - شراكات مع شركات عالمية
2. الاستحوادات الاستراتيجية
 - اكتساب 2-3 شركات صغيرة متخصصة
 - دمج فرق وخبرات جديدة
3. الإرث والتأثير
 - إطلاق "AMMI Academy" المعتمدة
 - صندوق لدعم رواد الأعمال

○ تقرير سنوي يصبح مرجعاً في الصناعة

مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs)

مؤشرات النمو المالي

المؤشر	2025	2026	2027	2028
الإيرادات السنوية	+60%	+50%	+45%	+40%
هامش الربح	25%	30%	35%	40%
متوسط قيمة العقد	+20%	+25%	+20%	+15%
عدد العملاء	80	150	250	400
معدل الاحتفاظ بالعملاء	75%	80%	85%	90%

مؤشرات التوسع

المؤشر	2025	2026	2027	2028
عدد المكاتب	3	6	10	15
عدد الأسواق	4	7	10	12+
حجم الفريق	50	100	180	280
الشراكات الاستراتيجية	5	12	20	30

مؤشرات الجودة والتميز

المؤشر	الهدف 2028
رضا العملاء	90%+
NPS (Net Promoter Score)	70+
معدل نجاح الحملات	85%+
ROI للعملاء	400%+
دقة التنبؤات	85%+

مؤشرات العلامة التجارية

المؤشر	2025	2026	2027	2028
المتابعون (جميع المنصات)	30K	60K	100K	150K
الظهور الإعلامي - سنوياً	25	50	75	100
الدراسات المنشورة	20	35	50	60
حضور المؤتمرات	5	10	15	20

مؤشرات الابتكار

المؤشر	الهدف 2028
أدوات AI مطورة	5
براءات اختراع	3
معدل الأتمتة	70%
استثمار في R&D	15% من الإيرادات

استراتيجيات إدارة المخاطر

المخاطر المحتملة وخطط التخفيف

1 - المخاطر التنافسية

الخطر: دخول منافسين أقوى للسوق

التخفيف:

- التميز بالخبرة المحلية والفهم الثقافي
- الابتكار المستمر في الخدمات
- بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء
- التسعير التنافسي الذكي

2 - المخاطر التقنية

الخطر: تطور سريع في التقنيات قد يجعل أدواتنا قديمة

التخفيف:

- استثمار 15% من الإيرادات في R&D
- شراكات مع شركات تقنية رائدة
- تدريب مستمر للفريق
- مراقبة الاتجاهات التقنية باستمرار

3 - المخاطر المالية

الخطر: تأخر في التدفقات النقدية

التخفيف:

- تنويع مصادر الدخل
- نظام دفعات مرنة مع العملاء
- احتياطي نقدي يغطي 6 أشهر
- تمويل مرحلي للتوسع

4 - مخاطر الموارد البشرية

الخطر: فقدان الكفاءات الرئيسية

التخفيف:

- حزم تعويضات تنافسية
- بيئة عمل محفزة وثقافة قوية
- برامج تطوير مهني واضحة
- خطط succession planning

5 - المخاطر السوقية

الخطر: تباطؤ اقتصادي في الأسواق المستهدفة

التخفيف:

- تنوع جغرافي واسع
- خدمات بمستويات سعرية مختلفة
- التركيز على القطاعات المقاومة للركود
- عقود طويلة الأجل

هذه الخطة الاستراتيجية تمثل خارطة طريق طموحة لمجموعة AMMI للفترة 2025-2028. النجاح في تنفيذها يتطلب:

عوامل النجاح الحاسمة:

1. الالتزام الكامل من القيادة والفريق
2. المرونة في التنفيذ مع الالتزام بالرؤية
3. التركيز على العميل في كل قرار
4. الابتكار المستدامة

AMMI

مجلس الإدارة

[/https://ammi.online](https://ammi.online)