**# مبادرة إعادة إحياء التسويق .**

**ريماس حبيب خالد العنزي**

**أولاً: المشكلة والفئة المستهدفة والفكرة الأوليّة**

|  |  |
| --- | --- |
| **المشكلة المحدّدة:**اكتب المشكلة التي تريد معالجتها من خلال المبادرة، وضّح المشكلة بحيث تكون محدَّدة المعالم | **نقص الوعي بالتسويق الفعال\*: نقص الوعي بالتسويق الفعال وعدم وجود استراتيجيات تسويقية فعالة للشركات والمؤسسات.****- \*نقص الخدمات التسويقية المتقدمة\*: نقص الخدمات التسويقية المتقدمة للشركات والمؤسسات.****- \*نقص الدعم للمسوقين\*: نقص الدعم للمسوقين وعدم وجود فرص لتطوير مهاراتهم واكتساب الخبرة....** |
| **الفئة المستهدفة:**حدّد الفئة المستهدفة بدقّة | **- \*الشركات والمؤسسات\*: الشركات والمؤسسات التي تعمل في مجال التسويق وتواجه مشاكل تسويقية تؤثر على أدائها ونجاحها.****- \*المسوقون\*: المسوقون الذين يرغبون في تحسين أدائهم التسويقي وتطوير مهاراتهم واكتساب الخبرة.****- \*الطلاب\*: الطلاب الذين يدرسون التسويق ويرغبون** **في** **تطوير** **مهاراتهم** **واكتساب** **الخبرة** **في** **مجال** **التسويق**. |
| **فكرة المبادرة:**قم بصياغة فكرة المبادرة بشكل واضح تعطي صورة مكتملة عن فكرة مبادرتك من خلال قراءة فكرة المبادرة | **مبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي مبادرة تهدف إلى تحسين أداء الشركات والمؤسسات في مجال التسويق من خلال توفير خدمات علاجية تسويقية متقدمة****اي هي تحليل المشاكل التسويقية للشركات والمؤسسات وتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة له**ا.**وأيضا مساعدة طلاب التسويق ب انهم يكتسبون المهارات والخبرات** |

**ثانيًا: مرحلة التحليل**

**أ/ تحليل المشكلة:**

**الفروع – التـأثـيـرات**

**تؤثر على إداء والشركات والمؤسسات**

**عدم تحقيق اهداف تسويقية**

**عدم وجود ميزة تنافسيه**

**خسارة العملاء وانخفاض المبيعات**

**العديد من الشركات والمؤسسات تعاني من مشاكل تسويقية تؤثر على أدائها ونجاحها، مثل:**

**- عدم وجود استراتيجية تسويقية فعالة**

**- عدم فهم احتياجات العملاء**

**- عدم وجود خطة تسويقية واضحة**

**- عدم استخدام التكنولوجيا بشكل فعال في التسويق**

**المشكلة**

**الأسباب**

و

**ب/ تحليل البيئة عبر أداة (SWOT):**

|  |  |
| --- | --- |
| عناصر القوة في المبادرة  | عناصر الضعف في المبادرة |
| **- \*فريق عمل مؤهل\*: فريق عمل مؤهل وذو خبرة في مجال التسويق.****- \*خدمات متكاملة\*: خدمات متكاملة تغطي جميع جوانب التسويق.****- \*شراكات استراتيجية\*: شراكات استراتيجية مع الشركات والمؤسسات والمنظمات غير الحكومية.****- \*تمويل متنوع\*: تمويل متنوع من التبرعات والمنح والرعاية.** | **- \*نقص في الموارد المالية\*: نقص في الموارد المالية قد يؤثر على تنفيذ المبادرة.****- \*نقص في التوعية\*: نقص في التوعية بالمبادرة وخدماتها.****- \*تحديات في التنفيذ\*: تحديات في تنفيذ المبادرة بسبب التعقيدات التسويقية.****- \*نقص في التقييم\*: نقص في التقييم الدوري للمبادرة وخدماتها**  |
| الفرص المتاحة والممكنة للمبادرة | التهديدات والمخاطر المحيطة بالمبادرة |
| **زيادة الطلب على الخدمات التسويقية\*: زيادة الطلب على الخدمات التسويقية في السوق.****- \*توسع في السوق\*: توسع في السوق من خلال الشراكات الاستراتيجية.****- \*تطوير التكنولوجيا\*: تطوير التكنولوجيا لتحسين الخدمات التسويقية.****- \*زيادة الوعي بالعلامة التجارية\*: زيادة الوعي بالعلامة التجارية للمبادر**ة. | **- \*المنافسة الشديدة\*: المنافسة الشديدة في سوق الخدمات التسويقية.****- \*التغيرات الاقتصادية\*: التغيرات الاقتصادية التي قد تؤثر على تمويل المبادرة.****- \*التغيرات التكنولوجية\*: التغيرات التكنولوجية التي قد تؤثر على الخدمات التسويقية.**- \***التحديات القانونية والتنظيمية\*: التحديات القانونية والتنظيمية التي قد تؤثر على تنفيذ المبادرة**. |

**ثالثًا: صياغة العناصر الأساسية**

|  |  |
| --- | --- |
| اسم المبادرة | **إعادة إحياء التسويق**  |
| فكرة المبادرةبصورتها المكتملة والنهائية | **مبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي مبادرة تهدف إلى تحسين أداء الشركات والمؤسسات في مجال التسويق من خلال توفير خدمات علاجية تسويقية متقدمة وممكن تكون شركة او منصة الكترونيه او تطبيق ولكن قمت بتخطيط وتحليل المبادره على انها " شركة "** |
| الأهداف التفصيلية | **- \*تحليل المشاكل التسويقية\*:****- تحديد المشاكل التسويقية الرئيسية للشركات والمؤسسات.****- تحليل الأسباب التي تؤدي إلى هذه المشاكل.****- تحديد الحلول الممكنة لهذه المشاكل.****- \*تطوير استراتيجيات تسويقية\*:****- تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة للشركات والمؤسسات.****- تحديد الأهداف التسويقية للشركات والمؤسسات.****- تطوير خطط تسويقية تفصيلية.****- \*تحسين أداء التسويق\*:****- تحسين أداء التسويق للشركات والمؤسسات من خلال توفير خدمات علاجية تسويقية.****- تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية للشركات والمؤسسات.** |
| الفئة المستهدفة | **الشركات والمؤسسات\*: الشركات والمؤسسات التي تعمل في مجال التسويق وتواجه مشاكل تسويقية تؤثر على أدائها ونجاحها.****- \*المسوقون\*: المسوقون الذين يرغبون في تحسين أدائهم التسويقي وتطوير مهاراتهم واكتساب الخبرة.****- \*الطلاب\*: الطلاب الذين يدرسون التسويق ويرغبون في تطوير مهاراتهم واكتساب الخبرة في مجال التسويق.** |
| مبررات المبادرة | **- \*تحسين أداء الشركات والمؤسسات\*: تحسين أداء الشركات والمؤسسات في مجال التسويق من خلال توفير خدمات علاجية تسويقية متقدمة.****- \*زيادة الوعي بالعلامة التجارية\*: زيادة الوعي بالعلامة التجارية للشركات والمؤسسات من خلال توفير خدمات تسويقية فعالة.****- \*تحسين رضا العملاء\*: تحسين رضا العملاء للشركات والمؤسسات من خلال توفير خدمات تسويقية تلبي احتياجاتهم.** |
| مؤشرات النجاح | **- زيادة المبيعات****- زيادة عدد العملاء****- تحسين أداء التسويق****- زيادة الوعي بالعلامة التجارية** |
| أنشطة المبادرة | **1. \*تحليل المشاكل التسويقية\*: تحليل المشاكل التسويقية للشركات والمؤسسات وتحديد الأسباب والحلول.****2. \*تطوير استراتيجيات تسويقية\*: تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة للشركات والمؤسسات.****3. \*تنفيذ الخطة التسويقية\*: تنفيذ الخطة التسويقية وتقديم خدمات الاستشارات التسويقية للشركات والمؤسسات.****4. \*تقييم النتائج\*: تقييم النتائج وتحديد مدى نجاح المبادرة.****5. \*تدريب وتطوير\*: تدريب وتطوير المسوقين والطلاب على المهارات التسويقية الحديثة.** |
| مراحل المبادرة | **\*المرحلة الأولى: تحليل المشاكل التسويقية\*****- \*تحليل المشاكل التسويقية\*: تحليل المشاكل التسويقية للشركات والمؤسسات وتحديد الأسباب والحلول.****- \*تحديد الأهداف\*: تحديد الأهداف التسويقية للشركات والمؤسسات.****- \*تطوير خطة العمل\*: تطوير خطة العمل لتحليل المشاكل التسويقية.****\*المرحلة الثانية: تطوير استراتيجيات تسويقية\*****- \*تطوير استراتيجيات تسويقية\*: تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة للشركات والمؤسسات.****- \*تحديد الاستراتيجيات\*: تحديد الاستراتيجيات التسويقية المناسبة للشركات والمؤسسات.****- \*تطوير خطة التسويق\*: تطوير خطة التسويق للشركات والمؤسسات.****\*المرحلة الثالثة: تنفيذ الخطة التسويقية\*****- \*تنفيذ الخطة التسويقية\*: تنفيذ الخطة التسويقية للشركات والمؤسسات.****- \*تقديم خدمات الاستشارات التسويقية\*: تقديم خدمات الاستشارات التسويقية للشركات والمؤسسات.****- \*تقييم النتائج\*: تقييم النتائج لتحديد مدى نجاح المبادرة.****\*المرحلة الرابعة: تقييم النتائج\*****- \*تقييم النتائج\*: تقييم النتائج لتحديد مدى نجاح المبادرة.****- \*تحليل النتائج\*: تحليل النتائج لتحديد الأسباب التي أدت إلى النجاح أو الفشل.****- \*تطوير خطة التطوير\*: تطوير خطة التطوير لتحسين المبادرة.** |
| مدة المبادرة | **# مدة مبادرة "إعادة إحياء التسويق"****\*المدة الزمنية\*****المدة الزمنية لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:****- \*المرحلة الأولى: تحليل المشاكل التسويقية\*: 3 أشهر****- \*المرحلة الثانية: تطوير استراتيجيات تسويقية\*: 3 أشهر****- \*المرحلة الثالثة: تنفيذ الخطة التسويقية\*: 6 أشهر****- \*المرحلة الرابعة: تقييم النتائج\*: 3 أشهر****\*المدة الإجمالية\*****المدة الإجمالية لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:****- \*18 شهرًا\*: المدة الإجمالية للمبادرة****\*الجدول الزمني\*****الجدول الزمني لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" هو:****- \*الشهر 1-3\*: المرحلة الأولى: تحليل المشاكل التسويقية****- \*الشهر 4-6\*: المرحلة الثانية: تطوير استراتيجيات تسويقية****- \*الشهر 7-12\*: المرحلة الثالثة: تنفيذ الخطة التسويقية****- \*الشهر 13-18\*: المرحلة الرابعة: تقييم النتائج** |
| القيمة المضافة | **\*تحسين أداء الشركات والمؤسسات\*: تحسين أداء الشركات والمؤسسات في مجال التسويق من خلال توفير خدمات علاجية تسويقية متقدمة.****- \*زيادة الوعي بالعلامة التجارية\*: زيادة الوعي بالعلامة التجارية للشركات والمؤسسات من خلال توفير خدمات تسويقية فعالة.****- \*تحسين رضا العملاء\*: تحسين رضا العملاء للشركات والمؤسسات من خلال توفير خدمات تسويقية تلبي احتياجاتهم.****- \*زيادة الإيرادات\*: زيادة الإيرادات للشركات والمؤسسات من خلال توفير خدمات تسويقية فعالة.****- \*تحسين الكفاءة\*: تحسين الكفاءة للشركات والمؤسسات من خلال توفير خدمات تسويقية متقدمة.****- \*زيادة التنافسية\*: زيادة التنافسية للشركات والمؤسسات من خلال توفير خدمات تسويقية فعالة.** |
| متطلبات التنفيذ | # متطلبات تنفيذ مبادرة "إعادة إحياء التسويق"\*المتطلبات الرئيسية\*المتطلبات الرئيسية لتنفيذ مبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:- \*فريق عمل مؤهل\*: فريق عمل مؤهل وذو خبرة في مجال التسويق.- \*ميزانية كافية\*: ميزانية كافية لتنفيذ المبادرة.- \*دعم إداري\*: دعم إداري من الإدارة العليا للشركات والمؤسسات.- \*تكنولوجيا متقدمة\*: تكنولوجيا متقدمة لتنفيذ المبادرة.\*المتطلبات الأخرى\*المتطلبات الأخرى لتنفيذ مبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:- \*تحليل المشاكل التسويقية\*: تحليل المشاكل التسويقية للشركات والمؤسسات وتحديد الأسباب والحلول.- \*تطوير استراتيجيات تسويقية\*: تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة للشركات والمؤسسات.- \*خدمات الاستشارات التسويقية\*: خدمات الاستشارات التسويقية للشركات والمؤسسات.- \*تقييم النتائج\*: تقييم النتائج لتحديد مدى نجاح المبادرة.\*المتطلبات الفنية\*المتطلبات الفنية لتنفيذ مبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:- \*تكنولوجيا المعلومات\*: تكنولوجيا المعلومات لتنفيذ المبادرة.- \*برامج التسويق\*: برامج التسويق لتنفيذ المبادرة.- \*أدوات التسويق\*: أدوات التسويق لتنفيذ المبادرة.- \*قواعد البيانات\*: قواعد البيانات لتنفيذ المبادرة.\*المتطلبات البشرية\*المتطلبات البشرية لتنفيذ مبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:- \*فريق عمل مؤهل\*: فريق عمل مؤهل وذو خبرة في مجال التسويق.- \*مدربين\*: مدربين لتدريب فريق العمل على المبادرة.- \*مستشارين\*: مستشارين لتقديم المشورة للشركات والمؤسسات.- \*دعم فني\*: دعم فني لتنفيذ المبادرة. |
| فريق المبادرة | أعضاء فريق مبادرة "إعادة إحياء التسويق" هم:1. \*مدير المبادرة\*: مدير المبادرة هو المسؤول عن إدارة المبادرة وتوجيه الفريق.2. \*مستشار تسويقي\*: مستشار تسويقي متخصص في مجال التسويق ويعمل على تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة.3. \*مدرب تسويقي\*: مدرب تسويقي متخصص في مجال التسويق ويعمل على تدريب وتطوير المسوقين والطلاب.4. \*منسق المبادرة\*: منسق المبادرة هو المسؤول عن تنسيق أنشطة المبادرة وتقديم الدعم اللوجستي.5. \*مستشار مالي\*: مستشار مالي متخصص في مجال المالية ويعمل على إدارة ميزانية المبادرة.\*مهارات الفريق\*مهارات فريق مبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:1. \*الخبرة في مجال التسويق\*: خبرة في مجال التسويق وتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة.2. \*القدرة على التدريب والتطوير\*: القدرة على تدريب وتطوير المسوقين والطلاب.3. \*القدرة على الإدارة\*: القدرة على إدارة المبادرة وتوجيه الفريق.4. \*القدرة على التنسيق\*: القدرة على تنسيق أنشطة المبادرة وتقديم الدعم اللوجستي.5. \*القدرة على إدارة الميزانية\*: القدرة على إدارة ميزانية المبادرة.\*دور الفريق\*دور فريق مبادرة "إعادة إحياء التسويق" هو:1. \*تحليل المشاكل التسويقية\*: تحليل المشاكل التسويقية للشركات والمؤسسات وتحديد الأسباب والحلول.2. \*تطوير استراتيجيات تسويقية\*: تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة للشركات والمؤسسات.3. \*تنفيذ الخطة التسويقية\*: تنفيذ الخطة التسويقية وتقديم خدمات الاستشارات التسويقية للشركات والمؤسسات.4. \*تقييم النتائج\*: تقييم النتائج وتحديد مدى نجاح المبادرة.5. \*تدريب وتطوير\*: تدريب وتطوير المسوقين والطلاب على المهارات التسويقية الحديثة. |
| التكلفة التقديرية | # التكلفة التقديرية لمبادرة "إعادة إحياء التسويق"\*التكلفة الإجمالية\*التكلفة الإجمالية لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:- \*100,000 ريال سعودي\*: تكلفة إدارية ولوجستية- \*200,000 ريال سعودي\*: تكلفة تطوير استراتيجيات تسويقية- \*300,000 ريال سعودي\*: تكلفة تنفيذ الخطة التسويقية- \*50,000 ريال سعودي\*: تكلفة تقييم النتائج- \*50,000 ريال سعودي\*: تكلفة تدريب وتطوير\*التكلفة التفصيلية\*التكلفة التفصيلية لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:1. \*تكلفة إدارية ولوجستية\*:- \*رواتب الموظفين\*: 30,000 ريال سعودي- \*تكلفة السفر والإقامة\*: 20,000 ريال سعودي- \*تكلفة المعدات واللوازم\*: 10,000 ريال سعودي- \*تكلفة التسويق والإعلان\*: 40,000 ريال سعودي2. \*تكلفة تطوير استراتيجيات تسويقية\*:- \*تكلفة الاستشارات التسويقية\*: 100,000 ريال سعودي- \*تكلفة البحث والتطوير\*: 50,000 ريال سعودي- \*تكلفة التدريب والتطوير\*: 50,000 ريال سعودي3. \*تكلفة تنفيذ الخطة التسويقية\*:- \*تكلفة الحملات التسويقية\*: 150,000 ريال سعودي- \*تكلفة الإعلان والتسويق\*: 100,000 ريال سعودي- \*تكلفة الترويج والتوزيع\*: 50,000 ريال سعودي4. \*تكلفة تقييم النتائج\*:- \*تكلفة التقييم والتحليل\*: 20,000 ريال سعودي- \*تكلفة الإبلاغ والتقديم\*: 10,000 ريال سعودي- \*تكلفة التطوير والتحديث\*: 20,000 ريال سعودي5. \*تكلفة تدريب وتطوير\*:- \*تكلفة التدريب والتطوير\*: 20,000 ريال سعودي- \*تكلفة المواد التدريبية\*: 10,000 ريال سعودي- \*تكلفة السفر والإقامة\*: 20,000 ريال سعودي  |
| مصادر التمويل | مصادر التمويل\*مصادر التمويل لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:1. \*التمويل الحكومي\*: 50% من التكلفة الإجمالية2. \*التمويل الخاص\*: 30% من التكلفة الإجمالية3. \*التمويل من المنظمات غير الحكومية\*: 20% من التكلفة الإجمالية |
| أفكار تسويقية | # أفكار تسويقية لمبادرة "إعادة إحياء التسويق"\*أفكار تسويقية إبداعية\*1. \*حملة تسويقية عبر وسائل التواصل الاجتماعي\*: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام لتسويق المبادرة وجذب انتباه الجمهور.2. \*فعاليات تسويقية\*: تنظيم فعاليات تسويقية مثل المعارض والمؤتمرات والندوات لجذب انتباه الجمهور وتسويق المبادرة.3. \*تسويق عبر البريد الإلكتروني\*: استخدام البريد الإلكتروني لتسويق المبادرة وجذب انتباه الجمهور.4. \*تسويق عبر الهاتف\*: استخدام الهاتف لتسويق المبادرة وجذب انتباه الجمهور.\*أفكار تسويقية تقليدية\*1. \*تسويق عبر الإعلانات المطبوعة\*: استخدام الإعلانات المطبوعة مثل الإعلانات في الجرائد والمجلات لتسويق المبادرة.2. \*تسويق عبر الإعلانات التلفزيونية\*: استخدام الإعلانات التلفزيونية لتسويق المبادرة.3. \*تسويق عبر الإعلانات الراديو\*: استخدام الإعلانات الراديو لتسويق المبادرة.\*أفكار تسويقية إلكترونية\*1. \*تسويق عبر محركات البحث\*: استخدام محركات البحث مثل جوجل لتسويق المبادرة.2. \*تسويق عبر الإعلانات الإلكترونية\*: استخدام الإعلانات الإلكترونية مثل الإعلانات على المواقع الإلكترونية لتسويق المبادرة.3. \*تسويق عبر الشبكات الاجتماعية\*: استخدام الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام لتسويق المبادرة.\*أفكار تسويقية مبتكرة\*1. \*تسويق عبر الفيديو\*: استخدام الفيديو لتسويق المبادرة.2. \*تسويق عبر البودكاست\*: استخدام البودكاست لتسويق المبادرة.3. \*تسويق عبر الواقع الافتراضي\*: استخدام الواقع الافتراضي لتسويق المبادرة. |
| المخرج النهائي | # مبادرة "إعادة إحياء التسويق"\*المشكلة\*العديد من الشركات والمؤسسات تعاني من مشاكل تسويقية تؤثر على أدائها ونجاحها.\*الأثر\*هذه المشاكل التسويقية تؤثر على أداء الشركات والمؤسسات وتؤدي إلى خسارة العملاء وانخفاض المبيعات.\*الأسباب\*الأسباب التي تؤدي إلى هذه المشاكل التسويقية هي عدم وجود خبرة تسويقية كافية وعدم وجود ميزانية تسويقية كافية.\*مؤشرات النجاح\*مؤشرات النجاح لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي زيادة المبيعات وزيادة عدد العملاء وتحسين أداء التسويق.\*مراحل المبادرة\*مراحل مبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:1. \*تحليل المشاكل التسويقية\*2. \*تطوير استراتيجيات تسويقية\*3. \*تنفيذ الخطة التسويقية\*4. \*تقييم النتائج\*\*الأهداف الفرعية\*الأهداف الفرعية لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:1. \*تحليل المشاكل التسويقية\*2. \*تطوير استراتيجيات تسويقية\*3. \*تحسين أداء التسويق\*\*الخدمات المقدمة\*الخدمات المقدمة من مبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:1. \*تحليل المشاكل التسويقية\*2. \*تطوير استراتيجيات تسويقية\*3. \*خدمات الاستشارات التسويقية\*\*الفئة المستهدفة\*الفئة المستهدفة لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي الشركات والمؤسسات والمسوقون والطلاب.\*الشركاء\*الشركاء لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" هم الشركات والمؤسسات والمنظمات غير الحكومية والجامعات والمعاهد.\*التمويل\*التمويل لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" يأتي من التبرعات والمنح والرعاية.\*أنشطة المبادرة\*أنشطة مبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:1. \*تحليل المشاكل التسويقية\*2. \*تطوير استراتيجيات تسويقية\*3. \*تنفيذ الخطة التسويقية\*4. \*تقييم النتائج\*\*التكلفة التقديرية\*التكلفة التقديرية لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي 700,000 ريال سعودي.\*مصادر التمويل\*مصادر التمويل لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:1. \*التمويل الحكومي\*: 50% من التكلفة الإجمالية2. \*التمويل الخاص\*: 30% من التكلفة الإجمالية3. \*التمويل من المنظمات غير الحكومية\*: 20% من التكلفة الإجمالية\*أفكار تسويقية\*أفكار تسويقية لمبادرة "إعادة إحياء التسويق" هي:1. \*حملة تسويقية عبر وسائل التواصل الاجتماعي\*2. \*فعاليات تسويقية\*3. \*تسويق عبر البريد الإلكتروني\*4. \*تسويق عبر الهاتف\*\*فريق المبادرة\*فريق مبادرة "إعادة إحياء التسويق" يتكون من:1. \*مدير المبادرة\*2. \*مستشار تسويقي\*3. \*مدرب تسويقي\*4. \*منسق المبادرة\*5. \*مستشار مالي\* |