

تصور شامل لحملة تسويقية لشركة رعاية طبية منزلية بمناسبة
اليوم العالمي للمعاقين

اسم الحملة: "رعايتنا... لدعمكم دائماً"

حملة تهدف إلى تعزيز الوعي بدور شركتكم في تقديم خدمات
طبية منزلية متميزة ومخصصة للأشخاص ذوي الإعاقة، مع تسليط
الضوء على أهمية الرعاية المنزلية في تحسين جودة حياتهم.

الأهداف الرئيسية

الترويج لخدمات الشركة وزيادة الوعي بها.

الوصول إلى شريحة أكبر من العملاء المحتملين.

تعزيز صورة الشركة ككيان مسؤول اجتماعياً يهتم بذوي الإعاقة.

محاور الحملة

أولاً: المبادرة الإنسانية

تقديم خصم خاص على خدمات الرعاية المنزلية للأشخاص ذوي الإعاقة لمدة أسبوع أو شهر.

تخصيص "زيارة مجانية" لتقييم احتياجات العملاء الجدد من ذوي الإعاقة.

التبرع بجزء من أرباح الحملة لدعم جمعية أو مؤسسة خيرية معنية بذوي الإعاقة.

ثانيًا: التفاعل على السوشيال ميديا

إطلاق تحد بعنوان: "رعايتكم واجبنا"

اطلب من المتابعين مشاركة قصص نجاح أو تجارب إيجابية مع أشخاص من ذوي الإعاقة.

أفضل القصص يتم نشرها على صفحة الشركة مع تقديم خدمة مجانية للفائزين.

إنتاج محتوى توعوي

فيديو قصير يوضح أهمية الرعاية الطبية المنزلية في حياة الأشخاص ذوي الإعاقة.

تصميم إنفوجرافيك يعرض خدمات الشركة المناسبة لهم، مثل:

جلسات العلاج الطبيعي.

متابعة طبية دورية.

خدمات التمريض.

استخدام الهاشتاجات

#رعايتنا_لدعمكم

#اليوم_العالمي_للإعاقة

#خدمات_رعاية_متميزة

ثالثًا: الأنشطة الميدانية

تنظيم يوم مفتوح بالتعاون مع الجمعيات المحلية أو المراكز المهتمة بذوي الإعاقة، مع تقديم خدمات فحص مجانية أو نصائح طبية.

توزيع منشورات تعريفية عن خدمات الشركة أثناء الفعاليات.

رابعًا: شراكات استراتيجية

التعاون مع مؤثرين أو أطباء متخصصين للترويج للحملة عبر منصاتهم.

التنسيق مع الجمعيات الخيرية والمؤسسات لدعم المبادرة وتوسيع نطاقها.

الوسائل التسويقية المستخدمة

التسويق عبر السوشيال ميديا

تصميم بوسترات جذابة للحملة.

نشر فيديوهات قصيرة تسلط الضوء على دور الشركة في دعم ذوي الإعاقة.

تنظيم بث مباشر مع متخصصين في الرعاية الطبية لزيادة التفاعل.

التسويق عبر البريد الإلكتروني والرسائل النصية

إرسال رسائل تحمل تفاصيل العروض الخاصة للحملة.

دعوة العملاء الحاليين والجدد للاستفادة من الخصومات والخدمات المجانية.

الإعلانات الممولة

استهداف فئات محددة على منصات مثل فيسبوك وإنستاجرام،
مثل:

أسر الأشخاص ذوي الإعاقة.

المهتمين بالرعاية الطبية.

جدول زمني للحملة

الأسبوع الأول:

إعلان بدء الحملة، نشر الفيديو الترويجي، والترويج للخصومات.

الأسبوع الثاني:

نشر قصص المشاركين في التحدي، وزيادة التفاعل على السوشيال ميديا.

الأسبوع الثالث:

تنظيم النشاط الميداني، وإبراز المبادرة الإنسانية.

نهاية الحملة:

إعلان الفائزين، وتقديم الشهادات أو الهدايا الرمزية.

النتائج المتوقعة

زيادة الوعي بخدمات الشركة.

اكتساب عملاء جدد.

تعزيز الثقة في العلامة التجارية باعتبارها داعمة للمجتمع.