



BUILDING MARKETING DEPARTMENT

بناء قسم التسويق

هيكله وتأسيس أقسام التسويق للشركات التي تعتمد على المبيعات في دول مجلس التعاون الخليجي.

السنة

2026

النطاق

دول مجلس التعاون الخليجي

01

ملف التعريف بالشركة



معظم الشركات لا تواجه مشكلة في التسويق بحد ذاته، بل في قسم التسويق الذي لم **يُن** أساساً بالشكل الصحيح.

القسم الحقيقي يقوم على أربع ركائز:

01	هيكلية واضحة	02	تحديد للمسؤوليات	03	نظام دقيق للقياس	04	ارتباط مباشر بالإيرادات
----	--------------	----	------------------	----	------------------	----	-------------------------

وبدون هذه الركائز لا يكون التسويق قسماً فعلياً، بل مجرد مركز تكلفة يحمل اسم «قسم التسويق».



المبيعات جرى بناؤها كمنظومة، بينما التسويق جرى تجميعه عشوائياً.

كل قسم آخر - نظام

- قنوات واضحة لتدفق الصفقات

- أهداف ونظام إدارة علاقات عملاء (CRM)

- مساءلة دقيقة عن النتائج

التسويق - اجتهاد فردي

→ موهوبون يعملون دون نموذج تشغيلي

→ لا يوجد إطار للقياس ولا تعريف للنجاح

→ لا يوجد إجابة حين تُسأل الإدارة عن العائد



المشكلة ليست في قلة الإنفاق على التسويق، بل في ضعف البناء المؤسسي للقسم.

أعراض قسم تسويق غير مكتمل البناء

01 إنفاق الميزانيات دون القدرة على تتبّع مصادر العائد بدقة.

02 انشغال الكفاءات التسويقية بمهام روتينية قليلة الأثر.

03 حملات إعلانية لا يمكن ربط نتائجها بقنوات المبيعات الفعلية.

04 نظرة الإدارة العليا إلى التسويق كمجرد مصروفات تشغيلية زائدة.

05 تعثر نمو الشركة لعجز التسويق عن التوسّع ومواكبة الأهداف.



— من نحن

BMD تبني أقسام التسويق •

شركة استشارية متخصصة تؤسس أقساماً مهيكلية وقابلة للقياس داخل الشركات المتوسطة. لا ندير حملاتك، ولا نسلّم خطة استراتيجية ثم نغادر، بل نبني النظام التشغيلي المتكامل (الهيكل، أدوات القياس، تحديد المسؤوليات) الذي يحوّل التسويق إلى محرّك نمو تعتمد عليه الإدارة العليا.

بقيادة المؤسس

تركيز كامل على الخليج

ثنائية اللغة



منطقة الخليج تكافئ الشركات التي تبني أعمالها بأسلوب منهجي وجاد.

تصنع الرؤية والتحوّل الإقليمي جيلاً جديداً من الشركات المطالبة بالتوسع السريع والمنافسة العالمية.

رأس المال

متاح ووفير

الطموح

مرتفع وعالمي

التحدّي

في جودة التنفيذ

من يبني قسماً حقيقياً، مهيكلًا ومسؤولًا وقابلًا للقياس، يحوز الحصة الأكبر. ومن يستمر في الارتجال ينفق أكثر ويتأخر عن الركب.



إطار العمل BUILD

نظام من خمس مراحل لتأسيس قسم تسويق
فعّال ومستدام.

تحليل الوضع الراهن Baseline Analysis	B	تشخيص واقعي ودقيق للمستوى الحالي للتسويق في الشركة.
توحيد الرؤية والاستراتيجية Unify Vision & Strategy	U	ربط أهداف التسويق مباشرة بالإيرادات، لا بالمقاييس المظهرية.
تطبيق الهيكلية Implement Structure	I	تحديد الأدوار والعمليات ونظام المساءلة لتشكيل قسم متكامل.
تفعيل القنوات Leverage Channels	L	تشغيل القنوات الأنسب مع دمج أدوات القياس منذ اليوم الأول.
دفع عجلة التقييم Drive Evaluation	D	حلقة تقييم مستمرة تضمن انضباط التسويق وتطوّره بشكل دائم.



نحن نقيس ما يفترضه الآخرون.

GROWTH Code

رمز النمو

تشخيص ثقافة العمل وأثرها في الأداء عبر ستة عناصر تحدّد قدرة الهيكل على الصمود.

G النمو
O المسؤولية
T الشفافية
R العائد
W الإرادة
H الشغف

Scale Readiness Scorecard

بطاقة جاهزية التوسّع

تقيس قدرة منظومة التسويق الحالية على استيعاب النمو، قبل البدء في الاستثمار في عمليات التوسّع.

Marketing Truth Dashboard

مؤشر الحقيقة التسويقية

يكشف الحالة الفعلية للتسويق في شركتك: ما يُقاس فعلاً، وما يحقّق نتائج حقيقية، وما هو مجرد استعراض للمؤشرات.



خدماتنا مصممة للشركات المتوسطة التي تعتمد على المبيعات.

نعمل مع المؤسسين والرؤساء التنفيذيين والمسؤولين التنفيذيين في شركاتٍ تمتلك بالفعل منظومة مبيعات فعّالة، لكنها تعاني ضعفاً في بناء قسم التسويق، شركات ذو إيرادات، في مرحلة النمو والاستقرار، داخل دول مجلس التعاون.

المسؤولون التنفيذيون

الرؤساء التنفيذيون

المؤسسون

» إن كنت تشعر أن التسويق عبءٌ ماليّ تتحمّله بدلاً من محرّكٍ تعتمد عليه، فقد صمّمنا خدماتنا من أجلك.



مراحل واضحة، بقيادة المؤسس، موجّهة بالنتائج.

ONGOING	PHASE 02	PHASE 01
الاستشارات المستمرة	البناء والتحسين	التشخيص وتأسيس القواعد
تقديم الدعم والتوجيه الاستشاري المتواصل بالتوازي مع نموّ القسم ونضجه.	بناء الهيكل التنظيمي، وتفعيل القنوات التسويقية، وتحسين مسار المبيعات لزيادة الإيرادات.	تقييم الوضع الراهن للقسم، وتأسيس بنية القياس والتتبع، والاتفاق على معايير واضحة لمعنى النجاح.

تُقدّم الخدمات باللغتين العربية والإنجليزية، مباشرةً من الشخص الذي طوّر هذه المنهجية.



نموذج لعملنا.

منصة سعودية متخصصة في التقنيات التعليمية (Edtech)

PHASE 02

تحسين مسار المبيعات

ربط نشاط التسويق مباشرةً بالإيرادات عبر تحسين المسار من الزيارة إلى الصفقة.

PHASE 01

تأسيس بنية التتبع والتحليل

بناء البنية التحليلية التي كان القسم يفتقر إليها سابقاً، لقياس ما يجري فعلاً.

النتيجة - تحويل التسويق إلى **مساهمة فعلية وقابلة للقياس** في نمو الأعمال.



الأمر لا يقتصر على مجرد آراء استشارية فردية.

منهجية علمية منشورة ومطبّقة فعلياً.

03 • COMMUNITY

مجتمع البناء «The Build»

مؤسسون ومسوّقون يطبّقون هذا النظام ويطوّرونه.

02 • PROGRAM

برنامج تدريبي عبر الإنترنت

يشرح إطار العمل ويطبّقه خطوة بخطوة لبناء القسم.

01 • BOOK

كتاب «بناء قسم التسويق الخاص بك»

الكتاب الذي يقنّن هذا الأسلوب ويضع أطره المنهجية.

هذا هو العمق المعرفي والعمل الذي يدعم كل مشروع نعمل عليه.



ما الذي يجعلنا مختلفين؟

01 بنى أقساماً، وليس حملات

مخرجاتنا نظام تشغيلي يعمل على أرض الواقع، وليست مجرد شرائح عرض.

02 نقيس بدقة، ولا نَحْن

أدوات تشخيصية خاصة تستبدل الافتراضات بالحقائق.

03 خبرة وثيقة بالخليج

فهمٌ للمتطلبات الإقليمية، ودعمٌ لثنائية اللغة، وانسجامٌ مع رؤية 2030.

04 بقيادة المؤسس

تعمل مباشرةً مع الشخص الذي طوّر المنهجية وبنّاها.



— المؤسس

رضا العايش

مسوّق بانضباط مهندس برمجيات وعقلية باحث أكاديمي.

من خلال العمل مع أكثر من 20 منظمة وجهة في دول مجلس التعاون، طوّر إطار العمل BUILD لحلّ مشكلة متكررة لاحظها باستمرار: مسوّقون ذوو كفاءة عالية محاصرون داخل شركات لم تمنحهم قسماً تسويقياً مبنياً بالشكل الصحيح ومهيئاً للعمل.

20⁺

منظمة وجهة في دول مجلس التعاون

BUILD

إطار العمل — من تطويره



— لنبدأ

لنبنه بالشكل الصحيح.

ابدأ بمحادثة تقييمية أولية للوقوف على واقع قسم التسويق الحالي لديكم.

البريد الإلكتروني

r@redhaalayesh.com

الموقع الشخصي

redhaalayesh.com

الموقع

buildingyourmarketingdepartment.com

الهاتف

+966 53 468 9027

لينكدإن

linkedin.com/in/redha-alayesh