

خطاب تقديم — مدير تسويق

أحمد بن سعود العتيبي الرياض، المملكة العربية السعودية | +966 55 123 4567 | ahmed.alotaibi@email.com
linkedin.com/in/ahmed-alotaibi

إلى مسؤول التوظيف،

خلال 12 شهراً في شركة رواج للتجارة الإلكترونية، خفّضتُ تكلفة اكتساب العميل من 85 إلى 52 ريالاً (-39%) خلال ستة أشهر، وأدرتُ ميزانية إعلانات رقمية سنوية بقيمة 1.2 مليون ريال عبر Google Ads و Meta Ads. هذه المهام هي جوهر ما يطلبه إعلانكم لدور مدير التسويق: قيادة حملات الأداء وإدارة الميزانية التسويقية.

يذكر الإعلان قيادة حملات الأداء (Performance Marketing) وتحليل مؤشراتها كمسؤولية محورية. في رواج، لم يكن خفض تكلفة الاكتساب رقماً عابراً بل نتيجة عمل منهجي على الاستهداف وهيكلة الحملات عبر منصّتي Google و Meta؛ وبالتوازي رفعتُ الزيارات العضوية من محرّكات البحث 120% سنوياً عبر إعادة هيكلة الكلمات المفتاحية والمحتوى. هذا المزج بين قنوات الأداء المدفوعة والنمو العضوي يعكس القدرة على قراءة المؤشّرات وتحويلها إلى قرارات تخصيص ميزانية.

أما بند الإشراف على الفريق، فأتولّى حالياً الإشراف على فريق من ثلاثة أخصائيين وإدارة جدول المحتوى الأسبوعي، ما منحني تجربة مباشرة في توزيع المهام ومتابعة التنفيذ ضمن إيقاع تشغيلي منتظم. وقبل رواج، خلال عملي منسّق تسويق في وكالة أفق، أدرتُ حملات لأكثر من 8 عملاء بميزانية إجمالية 200 ألف ريال، بما في ذلك حملة إطلاق منتج حقّقت 3.5 مليون ظهور و12 ألف تحويل — خبرة صقلت إدارتي لأصحاب المصلحة والميزانيات المتعدّدة.

يسعدني مناقشة كيف يمكن لهذه الخبرة أن تخدم أهداف فريقكم التسويقي، وأنا جاهز لتقديم أي تفاصيل إضافية.

مع خالص التقدير، أحمد بن سعود العتيبي