

بنك 50 سؤالاً متوقعاً — أحمد بن سعود العتيبي (دور: مدير تسويق)

إجابات هذا البنك مفاتيح تذكير لا نصوص تُحفظ. مرّ على الأسئلة كلها لتواجه أصعبها هنا قبل الغرفة.

أولاً: أسئلة مشتقة من مسؤوليات الإعلان

س1: الإعلان يطلب «وضع الخطة التسويقية السنوية». صف كيف تبني خطة تسويقية سنوية كاملة من الصفر.

- يقيس: قدرتك على التفكير الاستراتيجي طويل المدى لا التنفيذ فقط.
- مفتاح: خبرتك أقرب إلى «إعادة بناء خطة المحتوى» التي رفعت التفاعل 60%؛ ابن عليها منهجاً لخطة أشمل (أهداف، قنوات، ميزانية، مؤشرات).
- فخ: لا تدع أنك وضعت «خطة تسويقية سنوية» كاملة سابقاً — سيرتك تذكر خطة محتوى؛ أطرها كأساس تبني عليه لا كإنجاز مكتمل.

س2: كمدير، ستدير ميزانية التسويق الكاملة لا ميزانية الإعلانات فقط. كيف تتعامل مع ذلك؟

- يقيس: اتساع فهمك للميزنة بما يتجاوز الإنفاق الإعلاني.
 - مفتاح: أدت ميزانية إعلانات سنوية 1.2 مليون ريال؛ اشرح كيف توسّع هذا المنطق (توزيع، أولويات، عائد) على بنود أخرى.
 - فخ: لا تخطئ بين «ميزانية الإعلانات» و«ميزانية التسويق الكاملة»؛ اعترف بالفرق واطرح كيف تجسره.
- س3: الإعلان يركّز على تسويق الأداء (Performance Marketing). صف منهجيتك في قيادة حملة أداء.

- يقيس: عمقك التشغيلي في القنوات المدفوعة.
- مفتاح: حملاتك عبر Google Ads و Meta Ads ضمن ميزانية 1.2 مليون، وخفض CAC من 85 إلى 52 ريالاً.

س4: كيف تحدّد وتتابع مؤشرات الأداء (KPIs) لفريق تسويق كامل؟

- يقيس: قدرتك على تحويل الأهداف إلى مقاييس متابع.
- مفتاح: أعددت تقارير أداء شهرية عبر Google Analytics و Looker Studio؛ اربطها بمؤشرات مثل CAC ومعدّل التحويل والزيارات العضوية.

س5: كيف تحسب عائد الإنفاق الإعلاني (ROAS) وتتخذ قرارات بناءً عليه؟

- يقيس: إلمامك بالمؤشر الذي طلبه الإعلان صراحةً.
- مفتاح: سيرتك لا تذكر رقم ROAS محدد؛ اشرح المفهوم ومنهج الحساب من واقع إدارتك للإنفاق وتتبع التحويلات، دون ادعاء رقم لم تسجله.
- فخ: لا تختلق رقم ROAS من تجربة سابقة؛ تحدّث عن الآلية والقرار، لا عن رقم غير موثّق.

س6: الإعلان يطلب «الإشراف على الفريق وتطويره». كيف تطوّر أعضاء فريقك؟

- يقيس: بُعد تطوير الأفراد لا مجرد توزيع المهام.
- مفتاح: تشرف على فريق من 3 أخصائيين وتدير جدول المحتوى الأسبوعي؛ ابن منه رؤيتك للتطوير (توزيع مسؤوليات، تغذية راجعة).
- فخ: سيرتك تذكر الإشراف لا برنامج تدريب موثّق؛ لا تبالغ في وصف تجربة تطوير لم تحدث.

س7: ما منهجيتك في تحسين أداء حملات Google Ads؟

- يقيس: عمق إتقانك للأداة المطلوبة.
- مفتاح: (2023) Google Ads Certification وإدارة إنفاق فعلي، مع A/B Testing وإعادة هيكلة الكلمات المفتاحية.

س8: كيف توزّع الميزانية بين Google Ads و Meta Ads؟

- يقيس: منطق التوزيع بين قناتين حسب العائد.
- مفتاح: أدت الاثنتين ضمن ميزانية 1.2 مليون ريال؛ اربط التوزيع بمؤشرات الأداء والتحويل.

س9: كيف تستخدم GA4 لاتخاذ قرارات تسويقية؟

- يقيس: استخدامك التحليلي لا مجرد الشهادة.
- مفتاح: (2023) GA4 Certification (Google Analytics) وإعداد تقارير أداء شهرية.

س10: كيف تنقل نفسك من دور تنفيذي إلى قيادة الاستراتيجية التسويقية؟

- يقيس: جاهزيتك الذهنية للانتقال من المتخصص إلى المدير.
 - مفتاح: إنجازاتك القابلة للقياس (CAC، الزيارات العضوية 120%) كدليل على فهمك لما يحرك النتائج، لا التنفيذ فقط.
- س11: أشرفت على 3 أشخاص؛ كيف تقود فريقاً أكبر بمسؤوليات أوسع؟

- يقيس: قابلية أسلوبك القيادي للتوسع.
- مفتاح: إشرافك على 3 أخصائيين وإدارة جدول المحتوى الأسبوعي كنقطة انطلاق.
- فخ: لا تتحدث كأنك أدت فرقاً كبيرة؛ اعترف بحجم تجربتك الحالي وشرح كيف تتوسع منه.

س12: أعطني مثلاً على قرار تسويقي اتخذته بناءً على تحليل بيانات.

- يقيس: الربط بين البيانات والقرار.
- مفتاح: إعادة هيكلة الكلمات المفتاحية والمحتوى التي رفعت الزيارات العضوية 120% سنوياً.

س13: كيف تدير التواصل والحملات بالعربية والإنجليزية؟

- يقيس: مطلب اللغتين في الإعلان.
- مفتاح: العربية لغتك الأم والإنجليزية متقدمة (C1)، مع عمل في السوق السعودي.

س14: كيف تربط استراتيجية التسويق بأهداف العمل الأوسع؟

- يقيس: رؤيتك التجارية لا التسويقية فقط.
- مفتاح: خفض CAC من 85 إلى 52 ريالاً كأثر مباشر على اقتصاديات العميل؛ اربط التسويق بالتكلفة والعائد.

ثانياً: التحقق من أرقام السيرة

س15: رفعت التفاعل على القنوات الاجتماعية 60% خلال 12 شهراً — من أي أساس وكيف؟

- يقيس: مصداقية الرقم وتفاصيله.
- مفتاح: إعادة بناء خطة المحتوى؛ استعد لشرح ما قبل الرقم وما بعده.

س16: كيف وزعت ميزانية 1.2 مليون ريال بين القنوات؟

- يقيس: واقعية إدارتك لهذا الحجم.
- مفتاح: Google Ads و Meta Ads ضمن حملات الأداء؛ اذكر منطق التوزيع.

س17: خفض CAC من 85 إلى 52 ريالاً خلال 6 أشهر — ما الذي أحدث الفرق تحديداً؟

- يقيس: فهمك السببي لا مجرد النتيجة.
- مفتاح: الرقم موثق في سيرتك (-39%)؛ فصل الإجراءات (استهداف، تحسين، A/B Testing).

س18: الزيارات العضوية ارتفعت 120% سنوياً — ما التغييرات الملموسة؟

- يقيس: عمق عملك في SEO.
- مفتاح: إعادة هيكلة الكلمات المفتاحية والمحتوى.

س19: فريقك 3 أخصائيين — ما أدوارهم وكيف وزعت المهام؟

- يقيس: واقع إشرافك.
- مفتاح: الإشراف وإدارة جدول المحتوى الأسبوعي.

س20: في أفق أدت 8 عملاء بميزانية 200 ألف ريال — كيف نظمت وقتك وأولوياتك؟

- يقيس: إدارة أصحاب مصلحة متعددين تحت ميزانية محدودة.
- مفتاح: 8+ عملاء بميزانية إجمالية 200 ألف ريال؛ اذكر آلية التنظيم والتقارير.

س21: حملة الإطلاق حققت 3.5 مليون ظهور و12 ألف تحويل — ما قراءتك لمعدل التحويل؟

- يقيس: تحليلك للأرقام لا سردها.
- مفتاح: الرقمان في سيرتك؛ استعد لربط الظهور بالتحويل ومناقشة الكفاءة.

س22: نمو المتابعين 45% خلال الحملات — عضوي أم مدفوع؟

- يقيس: دَقَّتْكَ في نسبة النتائج.
- مفتاحك: «خلال فترة الحملات» — وَضَحَ المصدر بصدق دون تضخيم.

س23: كيف تثبت أن هذه النتائج بفضل عملك لا بعوامل خارجية؟

- يقيس: التواضع التحليلي والمصادقية.
- مفتاحك: اربط كل نتيجة بالإجراء المحدد الذي نفذته (إعادة الهيكلة، إعادة بناء الخطة).

س24: أي رقم من إنجازاتك تفخر به أكثر ولماذا؟

- يقيس: أولوياتك ووعيك بالآثر.
- مفتاحك: خفض (39%-) CAC أو الزيارات العضوية (120%) — اختر واربطه بأثر تجاري.

ثالثاً: الفجوات ونقاط الضعف

س25: الإعلان يطلب خطة سنوية، وخبرتك تشمل خطة محتوى وحملات — أين تضع حدّ تجربتك بصدق؟

- يقيس: وعيك الذاتي وأمانتك.
- مفتاحك: اعترف بأن تجربتك تنفيذية-تكتيكية بامتياز، وشرح كيف تبني منها الطبقة الاستراتيجية.
- فجّ: لا تدّع تجربة تخطيط سنوي غير موثقة.
- **س26:** لم تشغل مسمى «مدير» من قبل — لماذا أنت جاهز لهذه القفزة؟
- يقيس: جاهزية الانتقال في المسؤولية.
- مفتاحك: مسمّك «أخصائي أول» مع إشراف على 3 وإدارة ميزانية 1.2 مليون؛ قدّمه كجسر نحو الدور.
- فجّ: لا ترقّ مسمّك السابق؛ اعتمد على المسؤوليات الفعلية لا على لقب.

س27: الإعلان يذكر ROAS صراحةً وسيرتك لا تحوي رقماً له — كيف تتعامل مع هذا المؤشر؟

- يقيس: صدقك مع مؤشر مطلوب لم توثقه.
- مفتاحك: اشرح إلمامك بالمفهوم من واقع إدارة الإنفاق وتتبع التحويلات، دون ادعاء رقم.
- فجّ: لا تخترع ROAS لسدّ الفجوة.

س28: الإعلان يطلب «تطوير الفريق» وسيرتك تذكر الإشراف فقط — ما خطتك لتطوير الأفراد؟

- يقيس: رؤيتك لتنمية الفريق لا إدارته فقط.
- مفتاحك: تجربتك في الإشراف على 3 كنقطة بداية؛ ا طرح خطة تطوير مستقبلية بصدق.
- فجّ: لا تصف برنامج تطوير سابقاً لم تنفذه.

س29: خبرتك 4 سنوات وهي الحد الأدنى في الإعلان — ما الذي يعوّض قلة السنوات؟

- يقيس: ثقتك المبنية على النتائج لا المدة.
- مفتاحك: كثافة إنجازاتك القابلة للقياس خلال 4 سنوات (120%، CAC عضوي، 1.2 مليون).
- **س30:** لم تدر ميزانية التسويق الكاملة سابقاً بل الإعلانات فقط — كيف ستتعامل مع نطاق أوسع؟

- يقيس: إدراكك لحدود تجربتك المالية.
- مفتاحك: إدارتك لـ 1.2 مليون في الإعلانات كأساس منطقي تتوسّع منه.

س31: ذكرت HubSpot وأتمتة التسويق في مهاراتك — ما عمق تجربتك الفعلية فيهما؟

- يقيس: مطابقة المهارة المدرجة للواقع.
- مفتاحك: لديك (2021) HubSpot Content Marketing: حدّد بصدق ما نفذته فعلاً بها.
- فجّ: لا تبالغ في وصف تجربة أتمتة تتجاوز ما تملكه فعلياً.

س32: الدور يتضمن مسؤوليات إدارية جديدة (توظيف، تقييم أداء، ميزانية أشمل) — كيف ستستعد لها؟

- يقيس: واقعيّتك حيال متطلبات لم تمارسها.
- مفتاحك: اعترف بأنها امتداد جديد، واربطها بأقرب تجربة لديك (الإشراف على 3، إدارة الجدول).

رابعاً: أسئلة سلوكية وموقفية

س33: حدّثني عن موقف خفّضت فيه تكلفة اكتساب العميل.

- يقيس: التنفيذ الفعلي وراء الرقم.
- مفتاحك: خفض CAC من 85 إلى 52 ريالاً خلال 6 أشهر في رواج.

س34: حدّثني عن موقف واجهت فيه حملة بأداء ضعيف وكيف تصرّفت.

- يقيس: التعامل مع الفشل والتصحيح.
- مفتاحك: استخدم خبرتك في A/B Testing وإعادة الهيكلة كأداة تصحيح فعلية.
- فحّ: اختر موقفاً حقيقياً؛ لا تصنع قصة فشل لم تحدث.
- س35: حدّثني عن موقف أدّرت فيه أصحاب مصلحة أو عملاء متعددين بمتطلبات متضاربة.

- يقيس: إدارة أصحاب المصلحة (مهارات مُدرجة).
- مفتاحك: إدارة +8 عملاء في وكالة أفق ضمن ميزانية مشتركة.

س36: حدّثني عن موقف اختلفت فيه مع مديرك أو عميلك حول قرار تسويقي.

- يقيس: الحزم المهني والتواصل.
- مفتاحك: استند إلى قرار بيانات اتخذته (إعادة هيكلة الكلمات المفتاحية) لتوضيح منطقك.

س37: حدّثني عن موقف عملت فيه تحت ضغط وقت ضيق.

- يقيس: الأداء تحت الضغط بمثال.
- مفتاحك: حملة إطلاق المنتج (3.5 مليون ظهور، 12 ألف تحويل) كإطار زمني مضغوط.

س38: حدّثني عن موقف قدت فيه فريقك خلال تغيير في طريقة العمل.

- يقيس: قيادة التغيير.
- مفتاحك: إعادة بناء خطة المحتوى التي رفعت التفاعل 60% مع فريق من 3.

س39: حدّثني عن خطأ ارتكبته وما تعلّمته منه.

- يقيس: النضج والتعلّم الذاتي.
- مفتاحك: اختر موقفاً حقيقياً من تجربتك؛ اربطه بتحسّن ملموس لاحق.

س40: حدّثني عن موقف أقنعت فيه جهة بقرار مبني على بيانات.

- يقيس: الإقناع التحليلي.
- مفتاحك: تقاريرك الشهرية عبر GA و Looker Studio كأساس للإقناع.

خامساً: المسار المهني والدوافع

س41: لماذا انتقلت من وكالة أفق إلى رواج للتجارة الإلكترونية مطلع 2022؟

- يقيس: منطق قراراتك المهني.
- مفتاحك: الانتقال من تعدّد العملاء في الوكالة إلى عمق منتج واحد وفريق ثابت.

س42: لماذا تريد الانتقال إلى دور مدير تسويق الآن؟

- يقيس: وضوح الدافع المهني.
- مفتاحك: تراكم مسؤولياتك (إشراف، ميزانية، نتائج) كمقدّمة طبيعية للدور القيادي.
- فحّ: لا تنسب لنفسك «شغفاً» لم تذكره؛ ابنِ الدافع من مسارك الفعلي.

س43: لماذا شركتنا تحديداً؟

- يقيس: جدّيّة اهتمامك واستعدادك.
- مفتاحك: ابنِ الإجابة من نص الإعلان (تسويق أداء، قيادة فريق، استراتيجية) ومن بحثك الخاص عن الشركة — لا تدّع معرفة غير مؤكّدة بها.
- فحّ: لا تخلق تفاصيل عن الشركة أو منتجاتها.

س44: أين ترى نفسك بعد 5 سنوات؟

- يقيس: رؤيتك للنمو واستقرارك المتوقَّع.
 - مفتاحك: مسار طبيعي من الإدارة نحو مسؤولية استراتيجية أوسع بناءً على مسارك الحالي.
- س45: ما الذي يجذبك في التسويق الرقمي تحديداً؟

- يقيس: الدافع الأصيل.
- مفتاحك: اربطه بميلك المثبت للقياس والنتائج (CAC، الزيارات العضوية) لا بعبارات عامة.
- فحْ: تجنبَّ «شغوف بالتسويق»؛ استبدلها بما فعلته فعلاً.

سادساً: أسئلة عملية ولوجستية

س46: متى يمكنك المباشرة، وما فترة الإشعار المطلوبة في دورك الحالي؟

- يقيس: جاهزيتك الزمنية.
- مفتاحك: أنت على رأس العمل في رواج؛ جهِّز فترة إشعارك الفعلية بصدق.

س47: ما توقُّعاتك للراتب؟

- يقيس: واقعية توقُّعاتك.
- مفتاحك: لا يوجد رقم في بياناتك ولا نطاق في الإعلان؛ جهِّز نطاقك بنفسك مسبقاً بناءً على سوق الرياض ومستوى الدور، ولا ترتجله في الغرفة.

س48: هل تناسبك مواصلة العمل في الرياض حضورياً؟

- يقيس: التوافق اللوجستي.
- مفتاحك: موقعك الرياض ومشارك كله فيها.

س49: هل لديك تحفُّظ على مسؤوليات تتجاوز الوصف الوظيفي عند الحاجة؟

- يقيس: المرونة.
- مفتاحك: اربطها بتجربتك في تعدُّد المهام بين قنوات وعملاء متعددين.

س50: هل يمكنك تقديم مراجع مهنية أو عيِّنات من أعمالك/حملاتك؟

- يقيس: الثقة في سجلِّك.
- مفتاحك: حملاتك في رواج وأُفق كأمثلة موثَّقة؛ جهِّزها مسبقاً.