

تقرير مطابقة ATS والفجوات — أحمد بن سعود العتيبي

الدور المستهدف: مدير تسويق

١. الحكم الموجز

خبرتك التقنية والتشغيلية في التسويق الرقمي قوية وتغطي جوهر الإعلان (الميزانيات، Google/Meta Ads، حملات الأداء، النتائج المقاسة). العائق الأكبر مزدوج: مسمك الحالي «أخصائي أول» لا «مدير»، ودورك في التخطيط الاستراتيجي السنوي وقياس ROAS وتطوير الفريق غير موثق صراحةً — وهذه بنود محورية في الإعلان.

٢. جدول تغطية المتطلبات

المتطلب (كما ورد)	الحالة	الدليل من السيرة
خبرة +4 سنوات في التسويق الرقمي	مُغطى	«بخبرة 4 سنوات في إدارة الحملات الرقمية وتسويق الأداء» + خبرتان (2020–2021، 2022–الآن)
إتقان Google Ads و Meta Ads و GA4	مُغطى	«أدير ميزانية... عبر Google Ads و Meta Ads؛ شهادات (2023 Google Ads و GA4 (2023) و (2022 Meta)
مهارات قيادية قوية	مُغطى جزئياً	«أشرف على فريق من 3 أخصائيين» — إشراف فعلي، لكن ضمن دور أخصائي لا دور إداري كامل، والإعلان يطلب قيادة فريق التسويق
مهارات تحليلية قوية	مُغطى	خفض CAC من 85 إلى 52 ريالاً (-39%)، رفع الزيارات العضوية 120%، تقارير أداء عبر GA و Looker Studio
إجادة العربية والإنجليزية	مُغطى	العربية (اللغة الأم)، الإنجليزية (متقدم - C1)
وضع الخطة التسويقية السنوية	مُغطى جزئياً	«إعادة بناء خطة المحتوى» تخطيط على مستوى القناة، لا خطة تسويقية سنوية شاملة موثقة
إدارة ميزانية التسويق	مُغطى	«أدير ميزانية إعلانات رقمية سنوية بقيمة 1.2 مليون ريال»
قيادة حملات الأداء (Performance Marketing)	مُغطى	«ضمن حملات تسويق الأداء» عبر Google/Meta Ads
تحليل مؤشرات الأداء (KPIs)	مُغطى	تحليل CAC، الزيارات العضوية، معدل التفاعل، تقارير شهرية
عائد الإنفاق الإعلاني (ROAS)	غير مُغطى	لا ذكر لـ ROAS أو أي رقم عائد إعلاني في السيرة؛ إدارة الميزانية لا تثبت قياس ROAS
الإشراف على الفريق وتطويره	مُغطى جزئياً	«أشرف على فريق من 3 أخصائيين» يغطي الإشراف؛ أمّا «تطوير الفريق» (تدريب/ترقية) فغير موثق

٣. الكلمات المفتاحية

مُدرجة في السيرة: Google Ads، Meta Ads، GA4، تسويق الأداء (Performance Marketing)، إدارة الميزانيات، إدارة الحملات، Looker Studio، تحليل البيانات، التخطيط الاستراتيجي.

مفقودة ويدعمها المرشح (فرصة إدراج مشروعة):

- والزيارات ومعدل التفاعل تدعمها؛ تُدرج في الملخص وفي بند التقارير CAC مؤشرات الأداء: خبرتك في تحليل / KPIs
- الخطة التسويقية / التخطيط التسويقي: «التخطيط الاستراتيجي» مذكور في المهارات و«إعادة بناء خطة المحتوى» في الخبرة — يمكن إبراز مصطلح التخطيط التسويقي بوضوح أكبر دون تجاوز نطاق ما فعلته.

مفقودة ولا يدعمها المرشح (فجوة حقيقية — لا تُدرج):

- عائد الإنفاق الإعلاني: لا رقم ولا ذكر في بياناتك. لا تُضفه ما لم تملك رقماً فعلياً / ROAS
- تطوير الفريق: الإشراف موثق، أمّا التدريب والتطوير فلا دليل عليه.

٤. ما يجب أن يجمعه المرشح

مرتّب بالأولوية — كل بند يرفع صفّاً في الجدول:

1. رقم ROAS من حملاتك في رواج أو أفق — يحوّل «ROAS: غير مُغطّى» إلى مُغطّى، وهو بند صريح في الإعلان. مصدره: لوحات Google Ads / Meta Ads أو تقاريرك الشهرية في GA/Looker Studio (قسمة الإيراد على الإنفاق الإعلاني).
2. دليل على تطوير الفريق — أي واقعة تدريب أو توجيه أو ترقية لأحد الأخصائيين الثلاثة. يحوّل «الإشراف والتطوير» من جزئي إلى مُغطّى. مصدره: ذاكرتك عن مهامك الإدارية، أو مديرك المباشر.
3. مثال على خطة تسويقية سنوية شاملة — إن كنت أسهمت في خطة سنوية (لا خطة محتوى فقط)، وثّق نطاقها وميزانياتها. يفوّي بند «وضع الخطة التسويقية السنوية». مصدره: مستندات التخطيط في رواج.
4. توضيح نطاق دورك القيادي — عدد الحملات التي قدتها بالكامل مقابل التي شاركت فيها، لتدعيم «مهارات قيادية قوية» في مقابلة يُطلب فيها دور مدير.

5. مخاطر يُرجّح أن تُسأل عنها

- **قفزة المسمّى:** تنتقل من «أخصائي تسويق رقمي أول» إلى «مدير تسويق». استعدّ لسؤال: «ما الذي يؤهّلك للانتقال من التنفيذ إلى الإدارة؟» — واستند إلى إشرافك على 3 أخصائيين وإدارتك ميزانية 1.2 مليون ريال.
- **حجم الفريق:** الإعلان يطلب «قيادة فريق التسويق» بينما أشرفت على 3 أخصائيين. قد تُسأل عن أكبر فريق أدّرته وعن قدرتك على قيادة فريق أوسع.
- **تحديداً:** بند صريح في الإعلان وغائب عن سيرتك؛ توقّع سؤالاً مباشراً عنه، ولا تختلق رقماً — اشرح كيف تقيسه من بيانات ROAS الميزانية إن لم يكن لديك رقم جاهز.
- **الخبرة الإجمالية:** 4 سنوات تلامس الحد الأدنى (+4) بلا فائض، فكن مستعداً لإبراز عمق الأثر لا طول المدّة.