



Digital Marketing Strategy Template



MARKETING

TELLS A STORY
DRIVES CONVERSIONS
PROVIDES RESULTS



AIM HIGHER
REACH FURTHER
GET CLOSER TO YOUR GOALS



INDEX



I. DIGITAL MARKETING STRATEGY FOR SMALL BUSINESS (ENGLISH VERSION) #04

A simple step-by-step guide to creating a digital marketing plan for small business.

#19

استراتيجية التسويق الرقمي للمشروعات الصغيرة (النسخة العربية)

دليل بسيط خطوة بخطوة لإنشاء خطة تسويق رقمي للمشاريع الصغيرة.



III. DISCLAIMER

#16

III. إخلاء المسؤولية

Essential questions designed to deeply understand your journey, goals, and unique literary identity.



I. Startup Guide: Your First Digital Marketing Strategy for Small Business

Section 1: Introduction

Your Digital Strategy Starter Kit (Built for Small Business Owners)

Tired of feeling lost in the digital world? This simple framework will give you the clarity and direction you need to start seeing real results from your online efforts.

Note:

Marketing isn't just about selling; it's about creating genuine connections and understanding your audience's real needs.



Section 2: Define Your Digital Goal

Your strategy must begin with a crystal-clear objective. Ask yourself:

- What do I want to achieve through digital marketing?
 - Increase sales?
 - Build brand awareness?
 - Generate leads?
 - Launch a new product/service?

Why is this important? A clear goal acts as your North Star, guiding all your decisions and ensuring your efforts are focused.

- Write your SMART goal here:

[Example: Increase online sales by 25% in 3 months through Instagram and TikTok by promoting our new summer collection.]



Section 3: Know Your Audience

To create content that resonates, you need to deeply understand your ideal customer. Use these questions to build a quick persona:

- Who is my ideal customer?
- What are their demographics (age, location, gender, etc.)?
- What do they struggle with?
- What are their pain points and challenges?
- Where do they spend time online?
- Which platforms do they use?
- What kind of content do they consume?
- What are their interests and preferences?
- What would make them stop scrolling and pay attention?
- Why is this important? Understanding your audience allows you to tailor your messaging, content, and platform choices for maximum impact.

Example Persona:

- Name: Salma, Age: 28, Location: Cairo, Business Owner in Beauty Industry.
- Pain Point: Doesn't know how to reach new clients online and feels overwhelmed by social media.
- Watches: TikTok tutorials on beauty trends, Instagram Reels from beauty influencers, and YouTube reviews of skincare products.





Section 4: Pick Your Content Pillars

Choose 3–4 main themes that align with your goal and speak to your audience.

- Why is this important? Content pillars provide structure and consistency to your content creation, saving you time and ensuring you're delivering value.

Pillar	Purpose	Example Topics
 Education	Teach, inform, build trust	Tips, how-to posts, common mistakes
 Social Proof	Show credibility and results	Testimonials, before/after photos, client wins
 Behind-the-Scenes	Humanize your brand and show authenticity	Packing orders, real moments, day-in-the-life
 Promotions	Drive sales and urgency	Special offers, limited-time bundles, launches

- My pillars are:

(Optional)



Section 5: Plan Your Weekly Flow

Use this simple format to create a weekly calendar:

Day	Pillar	Content Idea
Sunday	Education	"3 mistakes new clients make"
Monday	Social Proof	Client feedback screenshot
Tuesday	Behind-the-Scenes	Show your prep for a client order
Wednesday	Promotions	Announce limited offer

Try this for 2 weeks, then adjust based on results.



Section 6: Track Your Results

Pick 2–3 simple KPIs to track weekly:

- Content saves?
- Comments or DMs?
- Clicks to profile or WhatsApp?
- Actual sales?

Weekly Tracker Template:

☐ Post date

☐ Topic

☐ Pillar

☐ Engagement (likes, comments, saves)

☐ Leads/Sales (if any)

FINAL TIP

KEEP IT SIMPLE. KEEP IT CONSISTENT. STRATEGY ISN'T ABOUT BEING EVERYWHERE, IT'S ABOUT SHOWING UP WITH PURPOSE.



II. إطار العمل المبدئي لبناء استراتيجية التسويق الرقمي لأصحاب المشاريع الصغيرة

القسم 1: المقدمة

هل تشعر بالضيق في عالم التسويق الرقمي؟ هذا الإطار البسيط سيوفر لك
الوضوح والتوجيه لتبدأ في تحقيق نتائج حقيقية من جهودك على الإنترنت.

ملحوظة:

لا يقتصر التسويق على البيع فحسب؛ بل يتعلق أيضاً بإنشاء اتصال مباشر وفهم
الاحتياجات الحقيقية لجمهورك.



القسم 2: حدد هدفك من التسويق الرقمي

يجب أن تبدأ استراتيجيتك بهدف واضح ومحدد. اسأل نفسك:

• ما الذي أريد تحقيقه من خلال التسويق الرقمي؟

- زيادة المبيعات؟
- بناء الوعي بالعلامة التجارية؟
- جمع عملاء محتملين؟
- إطلاق منتج أو خدمة جديدة؟
- لماذا هذا مهم؟ الهدف الواضح هو بمثابة البوصلة التي توجه جميع قراراتك وتضمن أن مجهودك مركز وموجه.

• اكتب هدفك هنا: [مثال: زيادة المبيعات عبر الإنترنت بنسبة 25% خلال 3 أشهر باستخدام إنستغرام وتيك توك للترويج لمجموعة الصيف الجديدة].



القسم 3: اعراف جمهورك جيداً

لكي تنشئ محتوى يلامس جمهورك، عليك أن تفهم عميلك المثالي بعمق. استخدم هذه الأسئلة لتكوين صورة واضحة:

- من هو العميل المثالي؟
- ما هي خصائصه (العمر، الموقع، النوع... إلخ)؟
- ما هي التحديات أو المشاكل التي يواجهها؟
- ما الذي يهمله أو يثير اهتمامه؟
- أين يقضي وقته على الإنترنت؟
- ما نوع المحتوى الذي يشاهده أو يتفاعل معه؟
- لماذا هذا مهم؟ فهم الجمهور يساعدك في توجيه الرسائل والمحتوى والمنصات التي تختارها بشكل أكثر فعالية.
- **مثال لشخصية العميل:**
- الاسم: سلمى، العمر: 28 سنة، الموقع: القاهرة، صاحبة مشروع في مجال التجميل.
- نقطة الألم: لا تعرف كيف تصل لعملاء جدد وتشعر بالإرهاق من السوشيال ميديا.
- تتابع: فيديوهات تيك توك حول صيحات التجميل، ريلز من مؤثرات التجميل، ومراجعات على يوتيوب لمنتجات العناية بالبشرة.



القسم 4: اختر اعمدة المحتوى الخاصة بك

حدد 3 إلى 4 محاور رئيسية تتماشى مع هدفك وتخطب جمهورك. لماذا هذا مهم؟ أعمدة المحتوى تمنحك هيكلًا واستمرارية في صناعة المحتوى، وتوفر الوقت وتضمن تقديم قيمة حقيقية.

المحور	الغرض	أمثلة على المواضيع
التثقيف 📖	تعليم، تقديم نصائح، بناء الثقة	نصائح، شروحات، أخطاء شائعة
الإثبات الاجتماعي 🌟	بناء المصداقية	تجارب العملاء، صور قبل/بعد، آراء واقعية
خلف الكواليس 🎭	إظهار الجانب الإنساني للعلامة	التغليف، لحظات يومية، قصتك الشخصية
العروض 🚀	زيادة المبيعات وتحفيز القرار	عروض خاصة، منتجات جديدة، خصومات

أعمدتي هي:

(اختياري)



القسم 5: خطة جدول المحتوى الأسبوعي

استخدم هذا النموذج البسيط لإنشاء تقويم أسبوعي:

اليوم	المحور	فكرة المحتوى
الأحد	التثقيف	أخطاء يقع فيها العملاء الجدد
الاثنين	الإثبات الاجتماعي	لقطة من تعليق عميل
الثلاثاء	خلف الكواليس	فيديو لتجهيز الطلبات
الأربعاء	العروض	إعلان عن عرض محدود

جرب هذا النموذج لمدة أسبوعين، ثم عدّل حسب النتائج



القسم 6: تتبّع النتائج

اختر 2 إلى 3 مؤشرات بسيطة لقياسها أسبوعياً:

- عدد الحفظ؟
- التعليقات أو الرسائل؟
- زيارات البروفايل أو الضغط على رابط واتساب؟
- عدد المبيعات؟

نموذج تتبّع أسبوعي:

- [] تاريخ النشر
- [] الموضوع
- [] العمود
- [] التفاعل (إعجابات، تعليقات، حفظ)
- [] العملاء/المبيعات (إن وُجد)

نصيحة أخيرة

النجاح في الاستراتيجية مش معناه تكون في كل مكان، لكن معناه تظهر في المكان الصح، بالرسالة الصح، وبشكل مستمر وبنية واضحة.



III. Disclaimer

This document and its contents are intended for informational and educational purposes only and do not constitute legal, financial, or business advice. While the strategies and frameworks outlined herein are based on industry best practices, implementation outcomes may vary depending on individual business contexts and market conditions.

The author and DXtera are not liable for any direct, indirect, or consequential loss or damage arising from the use of this framework. Users are encouraged to seek professional advice tailored to their specific circumstances.

All content, designs, and materials in this document are the intellectual property of DXtera and may not be reproduced, redistributed, or sold without prior written permission.

This framework is provided in good faith, and its use is subject to compliance with applicable laws and regulations in Egypt and other jurisdictions.

III. إخلاء المسؤولية

يُعد هذا المستند ومحتواه لأغراض معلوماتية وتعليمية فقط، ولا يُشكل بأي حال من الأحوال استشارة قانونية أو مالية أو تجارية. ورغم أن الاستراتيجيات والأطر الواردة فيه مبنية على أفضل الممارسات في المجال، إلا أن النتائج قد تختلف باختلاف السياق التجاري والسوقي لكل مستخدم. لا يتحمل المؤلف أو شركة ديكستيرا أي مسؤولية قانونية عن أي خسائر مباشرة أو غير مباشرة أو أضرار ناتجة عن تطبيق هذا المحتوى.

ننصح المستخدمين بالحصول على استشارات متخصصة مناسبة لظروفهم الخاصة قبل تطبيق أي من التوصيات.

جميع حقوق الملكية الفكرية الخاصة بهذا المستند ومحتوياته محفوظة لشركة ديكستيرا، ولا يجوز نسخها أو توزيعها أو بيعها دون إذن كتابي مسبق.

يُقدّم هذا الإطار بحسن نية، ويخضع استخدامه لأحكام القوانين واللوائح المعمول بها في جمهورية مصر العربية وفي أي دولة أخرى يتم استخدامه فيها.





THANK YOU