

لفت  
LAFT.

# تقرير تسويق المدن



# ليس تدافع عن ديرتك؟



مُنذُ الطُفولة.. كل فردٍ مِنّا كان يبذلُ كُلّ ما في وسعهِ للدفاع عن مدينته ومنطقته، وسطِ نِقاشاتٍ وجدالاتٍ ومحاولاتٍ لإثبات أن مدينته

# هي «الأفضل»!



# وكذلك ريّان،

كان في صغره واحدًا من ضمن هؤلاء  
الأطفال، يقاتل ليبرز أفضل صناعات ومنتجات  
وطبيعة مدينته الخلابة!

في يوم ما، كان ريان يناقش قضايا عميقة مع  
صديق له، وفي خضم حديثهم الذي شق طريقه  
نحو أسرار المدن العظيمة، لاحظ ريّان أن لكل مدينة  
على وجه الأرض قصة تُروى وخطّة تُعرف بها.

كلندن وتعدد الثقافات، وباريس والموضة، ودبي  
والحدائق، والعلا والتاريخ.

لفت هذا الحوار انتباه ريان، فاستثاره الفضول  
ليغوص في بحر المعرفة، ويستكشف كيف للمدن  
أن تسوق لنفسها؟

# ومن هنا كانت نقطة البداية..

محاولاتك في تحسّين سُمعة منطقتك وإبراز الصورة الإيجابية لها وإظهار مقوماتها وإمكانياتها ونشر سمعتها وتاريخها وحاضرتها، هذا هو تعريف :

# تسويق المدن

**مصطلح «تسويق المدينة»** ظهر في الأدبيات العلمية الأوروبية في التسعينيات. ويتم تعريفه على أنه نشاط يهدف إلى ضمان التوازن بين الخدمات الحضرية والطلب عليهم من السكان الشركات التجارية والسياح وغيرهم من زوار المدينة.

1990 م

بدأ تسويق المدن منذ..

## كيف تصعد المدن؟

03

الحدّاثه  
والابتكار

02

المناطق  
التاريخية

01

المناطق  
الترفيهية



# رحلة التسويق للمدن السعودية

تطلق من شمال المملكة حيث توجد **نيوم** المدينة النوعية والفريدة من ناحية التصميم وطريقة العيش ، والتي ستصبح المدينة الأولى في العالم! تعيش في خط مستقيم يطلق عليه ذا لاين ومن هنا بدأ التسويق للمدينة بأهم عنصر فيها!

ثم مدينة **تروجينا** والذي يُعد وجهة عالمية تمزج بين الطبيعة والعمرانية ثم مدينة **العلا** الاستثنائية والزاهرة بالتراث ثم **أمالا** الجزيرة السياحية التي يطلق عليها مالديف الشرق الأوسط ثم **الدرعية** حيث التراث والأصالة ثم **القدية** عاصمة المستقبل للترفيه ، ثم **السودة** حيث المرتفعات الجبلية الشاهقة.

## من شمالها



## إلى جنوبها



# إحصائيات المرحلة





نيوم NEOM

# نيوم NEOM

الحدث والابتكار

المناطق التاريخية

المناطق الترفيهية

تتميز نيوم في ذا لاين حيث يعتبر هو النقلة الكبيرة في عالم المدن وتم وضع مشروع ذا لاين كهدف استراتيجي في التسويق للمدينة من خلاله. وبذلك استطاعت نيوم أن تحقق أحد الثلاث نقاط في كيف تصعد المدن وهي الحدث والابتكار.

## أبرز اهتمامات الباحثين عن مدينة نيوم

الجامعات  
والدراسة

4.7%

الثقافة  
والأدب

4.8%

الصدق  
العالمية

15%

العائلة  
والتربية

60.8%

## أعمار المهتمين في مدينة نيوم

من  
64-55

0.8%

من  
54-45

3.9%

من  
44-35

16.9%

من  
34-25

48.5%

من  
24-18

29.8%





TROJENA

# تروجينا TROJENA

الحدث والابتكار

المناطق التاريخية

المناطق الترفيهية

تروجينا المدينة الجبلية ذات الطبيعة الخلابة الباردة حيث تعتبر هي المدينة الأبرد في مجلس التعاون الخليجي تتميز بالثلج والتزلج فيها وهو شيء فريد في المنطقة. وبذلك استطاعت تروجينا أن تحقق أحد الثلاث نقاط في كيف تصعد المدن وهي المناطق الترفيهية.

## أبرز اهتمامات الباحثين عن مدينة تروجينا

الرياضة

5.6%

الجامعات  
والدراسة

6.1%

الأخبار  
العالمية

10.5%

السفر

63.2%

## أعمار المهتمين في مدينة تروجينا

من  
64-55

0%

من  
54-45

2.5%

من  
44-35

15.3%

من  
34-25

49.5%

من  
24-18

32.2%



# العلا ALULA

# العلا ALULA

الحدث والابتكار

المناطق التاريخية

المناطق الترفيهية

حيث التراث وأصالة الصحراء توجهت المملكة بالعلا إلى مفهوم جديد في جذب السياح وهو استخدام حضارتها ومعالمها التاريخية وتهيئتها ولجعل السائح يجرب حياة أجداده بطرق حديثة. وبذلك استطاعت العلا أن تحقق أحد الثلاث نقاط في كيف تصعد المدن وهي المناطق التاريخية.

## أبرز اهتمامات الباحثين عن مدينة العلا

الجامعات  
والدراسة

5.4%

الرياضة

6%

الأخبار  
العالمية

6%

السفر

66.4%

## أعمار المهتمين في مدينة العلا

من  
64-55

0%

من  
54-45

2.6%

من  
44-35

15%

من  
34-25

49.2%

من  
24-18

32.6%





# أَمَالا AMAALA

الحدث والابتكار

المناطق التاريخية

المناطق الترفيهية

تعد الجزر السياحية من أكثر الأماكن القادرة على جذب السياح حيث تهدف أمالا إلى بناء تجربة مثالية ومتكاملة وترفيهية. وبذلك استطاعت أمالا أن تحقق أحد الثلاث نقاط في كيف تصعد المدن وهي المناطق الترفيهية.

## أبرز اهتمامات الباحثين عن مدينة أمالا

الثقافة  
والأدب

3.4%

الجامعات  
والدراسة

5.2%

السفر

7.1%

الأخبار  
العالمية

74.1%

## أعمار المهتمين في مدينة أمالا

من  
64-55

0.5%

من  
54-45

3.6%

من  
44-35

18.7%

من  
34-25

50.9%

من  
24-18

26.3%





# الدرعية Diriyah

الحدث والابتكار

المناطق التاريخية

المناطق الترفيهية

استطاعت الدرعية في جذب انظار العالم لها كونها أحد المعالم التاريخية في المملكة حيث انطلق منها تأسيس المملكة ومنذ ذلك الوقت وهي مرجع ثقافي وتاريخي للمنطقة. وبذلك استطاعت الدرعية أن تحقق أحد الثلاث نقاط في كيف تصعد المدن وهي المناطق التاريخية.

## أبرز اهتمامات الباحثين عن مدينة الدرعية

منصات التواصل الاجتماعي

5.1%

الثقافة والأدب

6.7%

الأخبار العالمية

8.2%

الجامعات والدراسة

65.7%

## أعمار المهتمين في مدينة الدرعية

من  
64-55

0.2%

من  
54-45

3.1%

من  
44-35

19.3%

من  
34-25

51.4%

من  
24-18

25.7%





# القديبة Qiddiya

الحدث والابتكار

المناطق التاريخية

المناطق الترفيهية

المدينة الترفيهية والرياضية وتعتبر القدية المدينة الحلم لكثير من الرياضيين استطاعت تبني توجه مهم وصاعد في العالم وهو الرياضة بمختلفة أشكالها مثل الرياضات الإلكترونية التي بلغ ناتجها العالمي في عام 2022 1,38 مليار دولار. وبذلك استطاعت القدية أن تحقق أحد الثلاث أهداف في كيف تصعد المدن من خلال المناطق الترفيهية

## أبرز اهتمامات الباحثين عن مدينة القدية

القنوات  
التلفزيونية

11.3%

منصات التواصل  
الاجتماعي

11.6%

الرياضات  
الإلكترونية

16.2%

الألعاب  
والرياضة

47.5%

## أعمار المهتمين في مدينة القدية

من  
64-55

0.8%

من  
54-45

3.9%

من  
44-35

16.9%

من  
34-25

48.5%

من  
24-18

29.8%





السودة للتطوير  
Soudah Development

# السودة Soudah

الحدثة والابتكار

المناطق التاريخية

المناطق الترفيهية

المدينة الجبلية في جنوب المملكة تتميز بالمرتفعات الشاهقة والطقس البارد والطبيعة الخلابة المنتشرة على راس الجبال. وبذلك استطاعت السودة أن تحقق أحد الـ 3 أهداف في كيف تصعد المدن من خلال المناطق الترفيهية.

## أبرز اهتمامات الباحثين عن مدينة السودة

الرياضة

5.7%

الأخبار  
العالمية

7%

الجامعات  
والدراسة

8.9%

منصات التواصل  
الاجتماعي

65%

## أعمار المهتمين في مدينة السودة

من  
64-55

0%

من  
54-45

0.3%

من  
44-35

12.7%

من  
34-25

47.5%

من  
24-18

37.2%

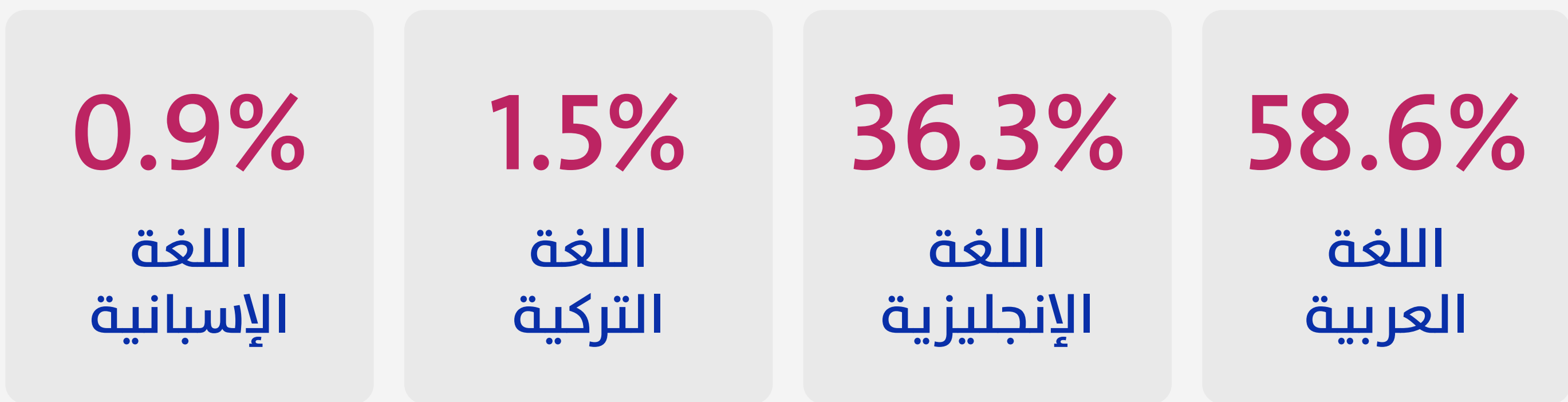




## إلى أين وصل التسويق لأبرز المدن السعودية الحديثة؟



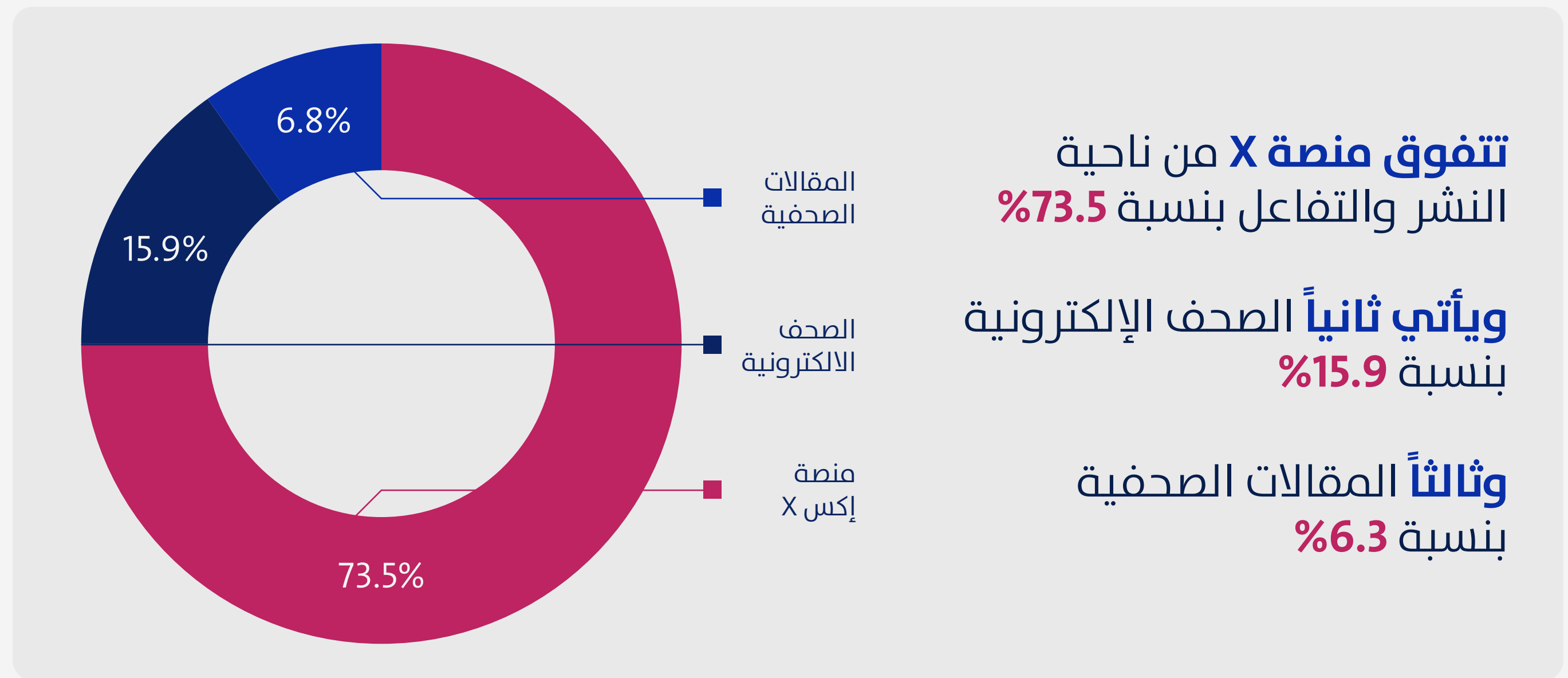
## أكثر اللغات استخدامًا في البحث



## الدول الأكثر بحثًا عن مدن الرحلة عبر منصات التواصل الاجتماعي



## أكثر المنصات التي تم النشر عليها



جميع الإحصائيات تمت في عام 2023





# ما هي الأساليب المتبعة لتسويق المدينة السعودية؟

ليس هناك طريقة مثلى او متكاملة الأركان تستطيع من خلالها وضع معايير يمكنك من الوصول إلى الآلية المتكاملة، بل تحكم طبيعة كل مدينة وظروفها ومنطقتها الجغرافية طريقة تسويق مختلفة لذاتها تميزها عن الجميع.

**ولكن من خلال البحث والتطور في مجال التسويق للمدن استطاع المختصين معرفة بعض القواعد والآليات المتبعة التي تستخدم في التسويق للمدن.**

01 تحليل وتخطيط مكان القوة لكل مدينة

02 تطوير الهوية والعلامة التجارية للمدينة

03 بناء استراتيجيات الاتصال والتسويق

04 التحقق من تجربة الزائر من خلالها عملياتها وجاهزيتها

05 الشراكات والتعاون من خلال استقطاب رؤوس الأموال المالية والبشرية

06 المشاركة المجتمعية من خلال اشراك السكان المحليين لإبراز هوية المدينة



# تجارب سابقة





# سنغافورة من الفقر إلى أغنى الشعوب في العالم

## لماذا سنغافورة؟

04

ناطحات سحاب  
بتصاميم جذابة

03

التنوع  
الثقافي

02

الأمن  
والأمان

01

تنوع المعالم  
السياحية

## رحلة تسويقها..

### مرحلة التطور والنهضة..

سألت سنغافورة طرقاً عدة للتغيير، بدأت بسن القوانين واتخاذ الإجراءات ، ركزت على الاستثمار من خلال التعليم والبعثات للخارج وعلى جلب رجال الأعمال المستثمرين، حتى أصبحت **رابع** أهم مركز مالي في العالم **وخامس** أغنى دولة من حيث احتياطات العملة الصعبة.

### مرحلة بساط الفقر والانفصال..

بعد الانفصال شهدت البلاد وضع متردياً يسوده الفوضى والبطالة والفقر وطريق طويل في معاناة شح الموارد ومقومات الحياة ولم يكن ل” لي كوان يو” سوى **أن يقود تيار الانفصال عن ماليزيا ساعياً للنهوض ببلاده.**

### مرحلة ما قبل الانفصال..

منطقة ضمن مناطق ماليزيا المتحدة التي لم تمكث في الاتحاد الماليزي مدة عامين إلا وقد صُغت بخبر الانفصال والطرد لتجابه الحياة وحدها **وهل النهوض أم السقوط؟**







# سيدني من الاستعمار إلى أهم المدن في العالم

## لماذا سيدني؟

04

شواطئ  
جذابة

03

تطور  
صناعي

02

الجامعات  
العريقة

01

الأمان  
العالي

## رحلة تسويقها..

### عصر التطور المستمر..

نجحت سيدني بأن تكون أهم المدن في العالم في مجالات متعددة مثل السياحة والصناعة والابتكار والاقتصاد وهي تواصل التأكيد على دورها كواحدة من أهم مراكز الأعمال والسياحة والتعليم في العالم.

### مستعمرة متطورة!..

سيدني المدينة التي شهدت تطوراً سريعاً في القرن التاسع عشر حيث أصبحت مركزاً اقتصادياً رئيسياً وتضم أهم الموانئ في المنطقة سيدني أساس للصناعات المتعددة مثل الصناعات الزراعية والبحرية.

### مرحلة الاستعمار..

بعد ان كانت تحت الاستعمار الأوربي وصل المستوطنون الاوربيون الى المنطقة فقام **جيمس كوك بتسمية المنطقة بـ "سيدني"**





# روح السعودية

## تأثير السياحة في السعودية خلال العام 2023 م

حجم تأثير السياحة على الناتج المحلي  
للسعودية بلغ إجمالي إيرادات

102 مليار ريال

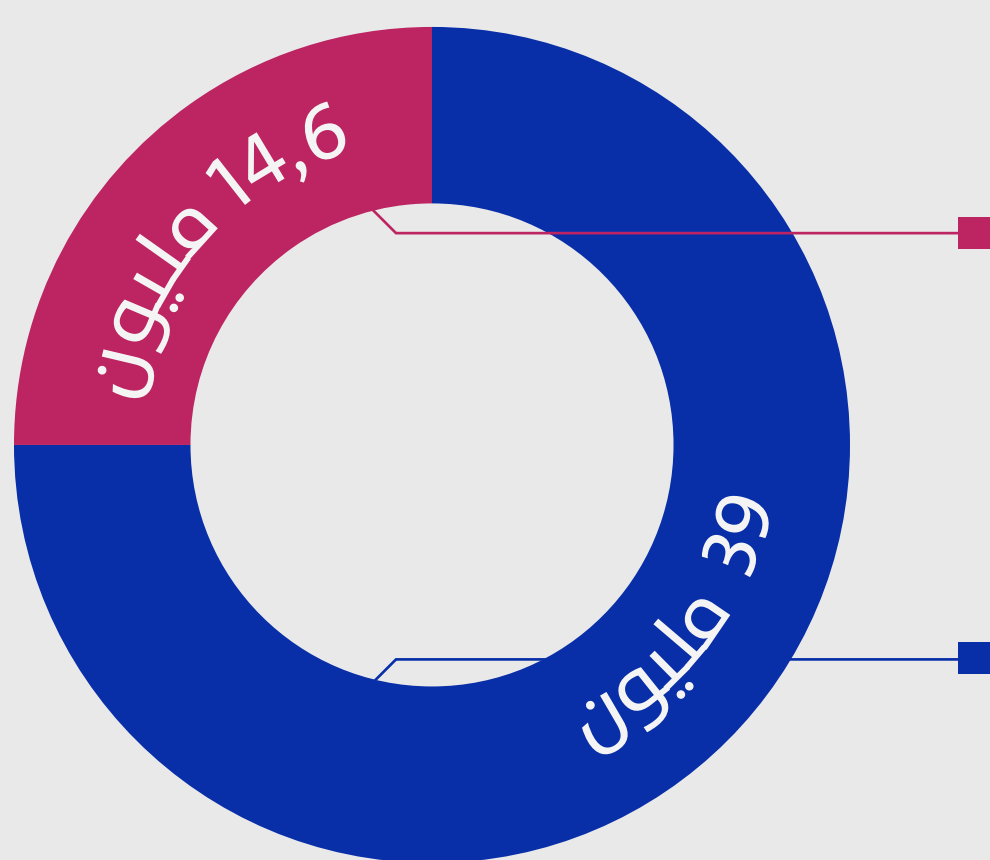
وخلال النصف الأول من 2023

إجمالي الإنفاق

150 مليار ريال

السياحة المحلية  
63.1 مليار

السياحة الوافدة  
86.9 مليار



سائح  
وافد

سائح  
محلي

استطاعت المملكة  
في جذب أكثر

53,6  
مليون سائح  
في عام 2023

وحققت السياحة الوافدة أرقاماً تاريخية  
حيث سجلت نمواً ملحوظاً بنسبة

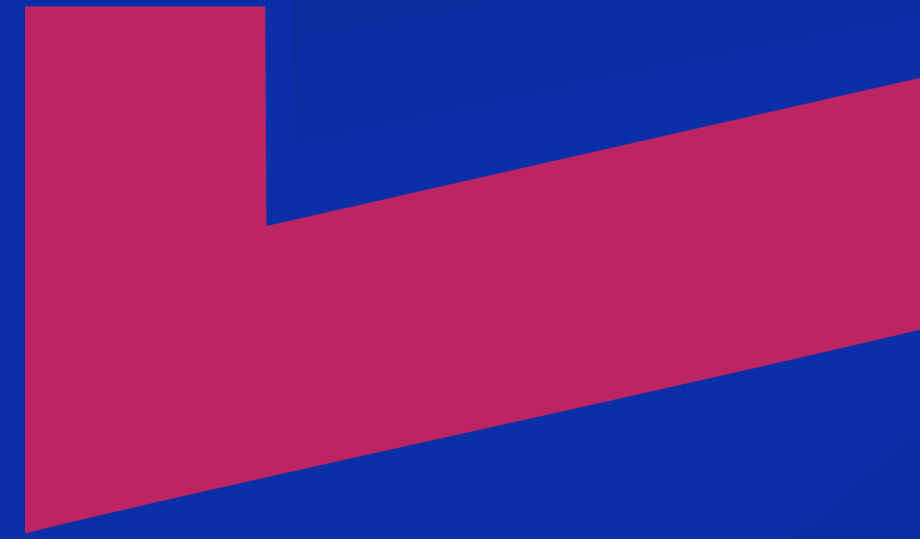
142%







# توصيات لتسويق المدن



• تحليل السوق

• وضع خطط تسويقية

• الاستفادة من خبرات الدول

• التركيز على الميزات

• ابتكار شعارات ورموز تمثيلية

• توفير تسهيلات للزوار

• التعاون بين القطاع العام والخاص





# الاستراتيجيات المتبعة في الحملات التسويقية للمدن

• تموضع العلامة التجارية

• التواجد الرقمي

• المؤثرين

• الفعاليات والمناسبات

• التعاون مع وكالات السفر

• المحتوى الذي يولده المستخدمون

• الإعلان المستهدف

• التقييم المستمر





# في ختام هذا التقرير..

بعد انتهائنا من رحلتنا حول أبرز مدن المملكة الحديثة وجدنا أن هذه الأرض الفسيحة لا تقتصر جمالياتها على ما هو ظاهر للعين فحسب!

بل تمتد إلى كيفية تقديمها للعالم. ذلك هو التسويق للمدن؛ إنه ليس مجرد جانب آخر من جوانب العمل في التسويق، بل في كثير من الأحيان، هو الجوهر نفسه.

المملكة تعمل ببراعة على استخدام كل ما في مدنها من مزايا ومنتجات محلية، لتقديم صورة تعكس جوهرها الحقيقي وتروي قصتها للعالم.





شكراً  
لانتباهك..

   Laft\_pr

[www.laft.com.sa](http://www.laft.com.sa)