

أول قِصَّة.. تدور أحداثُها في بيئات الأعمال
بحلقات مُنفصلة

روايات تسويقية بوليسية!!

ماركيتنج كاسل
العدد الأول

هذه الرواية مستوحاة من أحداث وشخصيات "شبه" حقيقية

اسم الكتاب: ماركتنج كاسل

اسم المؤلف: د. مصطفى نوارج

إعداد: أ. إيمان الببلاوي

مراجعة: أ. كريستين ملاك

مدير فريق العمل: د. مينا عادل نعيم

الترقيم الدولي (تدمك): 9789776897809

الكلمات المفتاحية: رواية – قصة – تسويق – إدارة – دراسات
الحالات التسويقية والإدارية.

الناشر والموزع: ماركيمنتج كاسيل

فيسبوك: <https://www.facebook.com/MarketingStoryConsultancy>

للنسخ الإلكترونية: <https://www.amazon.com/~e/B08WKP55YH>

الطبعة الأولى

2022

جميع حقوق الطبع والنشر والتوزيع والترجمة محفوظة للمؤلف

شكر خاص فعلاً للأستاذ عادل إمام

الذي لولاه ما كانت هذه القصة بين أيديكم الآن

هُوَ فيه كتاب ممكن يوصل للناس.. من غير مطبعة!!

طُبعت الرواية في مطبعة أ. عادل إمام



"دفعنا ضعف السعر للطباعة.. تدري ليش؟؟"

عشان اسمه بس!!

استراتيجية التسويق المستخدمة هنا - لأول مرة في مصر - هي:

Astroturfing المرجعية الزائفة

Guerrilla Marketing أصعب تقنية في تسويق الميليشيات

🕒 وانتظروا استراتيجيات جديدة مبدعة ممتعة قادمة 🕒

إهداء

لأخي وشريكي .. د. مينا عادل

على مجهوده الخرافي لترى هذه الرواية النور؛
والذي لولاه ما كانت هذه القصة بين يديكم
الآن.

شكراً على جهدك وتمويلك
وما بذلته من تنفيذ ومتابعة
للتنسيق والتدقيق والطباعة ومعرض الكتاب
وأخبار الصحف الإلكترونية

ولسه اللي جاي أحلى



تقدم



رواية ماركتنج كاسل

أول مسلسل تسويقي بوليسي – بحلقات منفصلة تدور أحداثه في بيئات الأعمال

ماركيتنج كاسل

بيئة القصة:

تدور الأحداث في الشركات من قطاعات البيزنس المختلفة، ونُقَدِّم العلاقات الاجتماعية والإنسانية والإدارية المتشابكة في بيئات الأعمال، والتحديات المختلفة في كل صناعة.

هيكل القصة:

تتكون الرواية من قصص منفصلة، لتتمكن من أن نتقنا بسلاسة لنتجول ونكتشف أسرار الصناعات المختلفة.

ولكن لها أبطالها الثابتين؛ الذين يديرون شركة استشارات تسويقية وإدارية (وكالة دعاية وإعلان).

الشخصيات الرئيسية:

- يتجول فريق عمل وكالة التسويق بين مختلف الشركات، وهو فريق مُحترف يضم أربعة أفراد هم مديرو الوكالة؛ يُمثّلون الشخصيات الرئيسية للرواية.
- تم اختيار أعمارهم ليُمثّلوا الأجيال المختلفة في مصر بمشاكلهم الاجتماعية ودوافعهم وأولوياتهم وقناعاتهم، بل وخطاياهم المختلفة.
- كما تم اختيار نمط شخصية مختلف من الأنماط الأربعة لكل منهم؛ ليظهر التوافق والصراع بين الشخصيات المختلفة-

وهم:

1. د. نور:

- المنصب: استشاري التسويق - يعمل مُحاضراً في العديد من الجهات؛ بجوار منصبه كرئيس مجلس إدارة الوكالة.
- اجتماعيا: في الأربعينيات - يعيش مع والدته.
- لمحة: غير متزوج لأنه يكره القيود بحكم عمله ومثله السريع.

- شخصيته: هي الحصان - القوي المرح- التي تُضفي
عنصر الكوميديا على الأجواء، يحركه شغفه ورغبته
في الإبداع والنجاح من أجل المتعة.

2. د. مينا:

- المنصب: شريك نور والمدير التنفيذي للوكالة.
- اجتماعيا: في الخمسينيات – يعيش مع زوجته وابنه
وبنته.

- لمحة: تحركه الرغبة الجارفة في النجاح لدرجة
التأثر الدائم؛ النابع من إحساسه بأنه أفنى عُمره دون
أن يحقق -على الرغم من كفاءته- شيئا يُذكر.
- شخصيته: هي الأسد - القوي الجاد.

3. م. محمد:

- المنصب: مدير التسويق الإلكتروني للوكالة.
- اجتماعيا: في العشرينيات – يعيش وحده.
- لمحة: يمثل محمد الصراع الدائر في نفوس أبناء هذا
الجيل: ما بين الرغبة الهرمونية الملحة في الزواج.
التي يقابلها فقدان الثقة في أية فتاة، مع عبء تكاليف
الزواج الذي أصبح صعب المنال، ونسب الطلاق
المُخيف في الجيل الأكبر سناً.

- شخصيته: هي النملة – المُنظَّم الدَّقِيق. ناجح عمليا،
فاشل اجتماعياً.

4. مدام/ دينا:

- مديرة مكتب المدير التنفيذي

- في الثلاثينيات – متزوجة من زوج عاطل، لها منه
طفلة واحدة.

- تمثل مشكلة المرأة العاملة، والمرأة المُعيلة في نفس
الوقت - والتي تقول الدراسات إنها تُعيل ثُلث أُسر
مصر!!-

- كما تُمثِّل "دينا" وضع هذا الجيل؛ الذي وصل إلى
مرتبة الرجل الثاني في المؤسسات؛ وهو المنصب الذي
يكتسب صاحبه أهميته من أهمية من يعمل معهم.
ليواصل الادِّعاء الدائم بأنه الأفضل والأعلم؛ فيُفتي في
كل الأمور بحثاً عن مجدٍ زائف (كما في وسائل
التواصل).

- شخصية غيّرتها الضُّغوطُ المُزمنةُ مع زوجها؛
لنحوّلها من شخصية الدولفين – الصديق الودود
الباحث عن التعاطف، إلى الحصان.

لِنُناقش صراع الشخصيات المُتحوّلة -التي تمثل 80%
منّا-

كل حلقة / قصة

- تبدأ كل حدوتة بكلمة لنور في محاضرة، تناقش مشكلة مُجْتَمَعِيَّة أو إنسانية (تنمية بشرية).
- تحتوي على تحليل لأحد أنماط الشخصيات الأربعة، وكيفية التعامل معه (علم النفس.. ومهارات التواصل).
- تحتوي على تحليل (لغة الجسد)؛ بسرد الإشارات التي تدل على معنى واحد (الكذب – التَوَثُّر – الإعجاب)؛ لتسهيل حفظ المشاهد لها.
- مُعْضِلَة كل حدوتة هي لغز غامض يواجه شركة، ويتم حُلُّه بواسطة مبدأ من مبادئ (التسويق والإدارة).

2- نمط الحلقات المنفصلة المُحَبَّب.

3- كشف أسرار الصناعات المختلفة.

4- مُحاكاة الواقع؛ ومحاولة تقديم حلول؛ لمشاكل مختلف "الأعمار - والشخصيات - والموظفين – والأديان – والمرأة".
