

1. *الموقع الإلكتروني*: موقع الشركة الرسمي يعتبر قناة التواصل الأساسية ويعرض مشاريعهم، ولكنه يفتقر إلى التحديثات المستمرة والتفاعل مع الجمهور. 2. *وسائل التواصل الاجتماعي*: للشركة حضور على منصات مثل فيسبوك، يتم استخدام هذه القنوات بشكل رئيسي لنشر أخبار المشاريع والتطورات الكبيرة. التفاعل مع الجمهور محدود، وغالبًا ما يقتصر على الإعلانات الرسمية دون استغلال كامل لقدرات هذه المنصات في بناء علاقة مع العملاء. ولكن هناك نقص في الحملات التسويقية الموجهة لجذب عملاء جدد.