

# Marketing Proposal

*Project:*

- El Fayoom Retreat
- Dina's Personal Branding

*Prepared By:*

SoulMind Team

*Client:*

Dina



# Why SoulMind for your Retreat & Your Yoga Personal Brand ?

Dear (Dina) You offer profound healing experiences.

SoulMind is the specialized partner you need to connect with those seeking transformation.

We understand the sensitive nature of mental wellness and yoga, translating your unique value into authentic digital connections.

We're not just marketers we're your strategic growth partner.

*Your Goals is Our Mission*

We are going to work in 2 sides

1 Creating Business Account  
for your Yoga

2 El Fayoom Retreat

## *Strategic Vision*

At Soul Mind, we believe the core of your offering lies in your ability to inspire "Self-Connection." This pivotal concept links your personal yoga philosophy directly to the retreat's message of inner peace and clarity.

To maximize this impact, we advocate for a highly strategic approach centered on separating your social media accounts

*Goal:* To establish a specialized digital space specifically designed to attract an audience actively seeking yoga instruction and self-connection through your guidance.

*Value Proposition:* Followers join with a clear intention: the desire to learn from you. This specialization ensures deeper engagement and higher quality leads.

*Result:* By consistently providing valuable, inspiring content, this engaged audience will build deep loyalty and trust in your expertise. They will seek avenues to experience your teachings more profoundly.

# Objective

Increase Brand Awareness in Dina's platform into a trusted beacon for individuals seeking mental clarity and inner peace, thereby doubling retreat bookings and significantly growing a deeply engaged following for Dina as an inspirational authority

## Strategy Overview

### 1 Social Media Activation

We will focus on building content that clearly introduces Dina, showcases what she offers, and strengthens her presence as a trusted and inspiring figure in her field.

### 2 Content Marketing

We will focus on creating content that helps people learn more about yoga and understand how it can support them in discovering themselves more deeply.

### 3 Paid Ads Campaign

We will launch campaign for the retreat once people have started to learn about her and trust her.

### 4 Offline Engagement

We will leverage the fact that she works with people offline during her sessions to start building a community, talk to them more about the retreat, and strengthen word-of-mouth marketing.

# Timeline

## Duration:

November – 6 December  
(3 weeks)

### 1 Week 1

Awareness

- Engagement ( Page Like )
- Traffice ( Instagram )
- Reach ( Page Like )

### 2 Week 2

Engagement Campaign (Video Views)  
Sales Campaign

### 3 Week 3

Sales Campaign

# Retreat Campaign Idea

## #مش عارفة

### 1. الرؤية العامة للحملة

أغلب الناس مش بتيجي تدور على حل... هما بيدوروا على وضوح. إحنا بنحول جملة "أنا مش عارفة" من نقطة ضعف... لنقطة انطلاق.

### 2. جوهر الفكرة

بدل ما نبيع الريترت ك خدمة، بنبيعه كمساحة اكتشاف.  
بدل ما نقول تعالى ال Retreat عشان تلعب يوجا وتسترخي بنقول:  
تعالى نساعدك تفهمي مشاعرك .. الحياه بقت سريعة اوي لدرجه اننا بقينا بننسى نفسنا مبقناش عارفين احنا بنحس بايه ولا عارفين مشاعرنا ايه دلوقتي احنا هنساعدك تبعد عن كل المشتتات وترجع تعالج كيمياء مخك وترجع تحس بالطبيعه وتتصل بيها وبنفسك من تاني

### 3. الهدف الاستراتيجي

- بناء ثقة سريعة من خلال محتوى إنساني، بسيط، وصادق.
- تحويل الحيرة لدافع يخلي الشخص ياخذ خطوة تجاه الريترت.
- تثبيت دينا كمرشدة واعية مش بتقدم إجابات جاهزة — بتساعد الناس يسمعوا أنفسهم.
- تمركز الريترت في الفيوم ك "وجهة اكتشاف"، مش مجرد trip.

### 4. طريقة التنفيذ (Smart Execution)

- سلسلة فيديوهات قصيرة بصوت دينا:
- أسئلة تفتح باب اكتشاف، مش تحل مشاكل.
- بوستات storytelling عن الحيرة... ورد هادئ وواضح من دينا.
- جلسات أوفلاين تستغل وجودها مع الناس لبناء مجتمع وتحريك word of mouth.
- إطلاق حملة إعلانية بعد ما الجمهور يبدأ يثق ويتفاعل.

### 5. الرسالة النهائية للحملة

"مش لازم تعرفي كل حاجة... بس مهم تبدأي.  
والريترت هو أول خطوة لاكتشاف نفسك من جديد."

# Retreat Campaign Idea

## # مش عارفة

### Unique Selling Point (USP) للحملة:

تحويل الحيرة الشخصية إلى تجربة اكتشاف.  
الحملة مش بتبيع حل ... بتبيع رحلة اكتشاف.  
وده بي فصلها تمامًا عن أي حملات wellness أو retreats اللي عادة بتوعد الناس إنها هتعالج القلق أو هترجع طاقتك.

### ليه ده Unique؟

1. بتخاطب المرحلة اللي مفيش حد بيخاطبها:  
معظم الحملات بتكلم اللي فاهم مشكلته.  
إحنا بتكلم مع اللي مش قاهم نفسه أصلاً المرحلة الأكثر تجاهلاً والأوسع انتشاراً.  
هي شخص بيساعدك تسمعي نفسك، مش تسمعي كلامه.  
وده بيخلق trust عميق وسريع.

2. بتميز الريترت بأنه مساحة للاكتشاف "مش رحلة استرخاء  
المكان مش destination ...  
هو lab داخلي لاكتشاف الذات.  
ده Positioning محدش بيستخدمه.

3. بتبني Community بدل حملة إعلانية وخلص:  
نستغل إنها بتتعامل أوفلاين ونحوّل ده لـ word of mouth حقيقي  
وده أهم USP في السوق دلوقتي حملة بتخلق مجتمع مش متابعين.

4. أقرب للحقيقة... وأقوى تأثيراً  
الناس زهقت من الرسائل المثالية.  
(أنا مش عارفة) هي أكثر جملة صادقة في رحلتهم...  
وأكثر كلمة بتخليهم يتحركوا.

# Content Calendar

الهدف / CTA	Caption	الفكرة الرئيسية / الرسالة	نوع المحتوى	اليوم
شجع الناس على التعليق: "احكي لي... إيه أكثر حاجة محيرة عندك دلوقتي؟"	أوقات كتير بنلاقي نفسنا محتارين... مش "عارفين إحنا محتاجين إيه بالطبط. تعالي معايا نكتشف سوا. #أنا_مش_عارفة_لكن_سأكتشف"	تقديم الحملة وتعريف الناس بالفكرة	بوست صورة + نص	الجمعة
بناء ارتباط عاطفي وإلهام الجمهور	كانت مش عارفة تبدأ منين... لحد ما أخذت خطوة بسيطة وجريت الريتريت. دلوقتي شايفة نفسها بوضوح أكثر. أنت مستعدة تكتشفي نفسك؟	Storytelling: قصة واقعية عن شخص اكتشف نفسه	فيديو قصير 30 ثانية	السبت
تشجيع التفاعل وتجربة التمرين	جربي تاخدي 5 دقائق بس كل يوم تنفسي ببطء" وركزي على إحساسك الداخلي. هتتفاجئي قد إيه "هتحمسي بنفسك أكثر. #رحلة_الاكتشاف"	تمرين يوجا أو تنفس لتوضيح التفكير	بوست تعليمي / تمرين صغير	الأحد
زيادة التعليقات والمشاركة	إيه أكثر حاجة بتحسي إنها محتارة فيها دلوقتي؟" "إشاركينا... وماتنسيش إن مفيش إجابة غلط"	مخاطبة الجمهور مباشرة	سؤال تفاعلي / بوست Engage	الاثنين
بناء الثقة وإظهار مصداقية دينا	مع بعض في الجلسات... بنسمع بعض" ونكتشف نفسنا خطوة خطوة. ده المكان اللي ممكن تلاقي فيه وضوحك الداخلي	Behind the Scenes: إظهار التفاعل وبناء المجتمع	فيديو أو صورة من جلسة أوفلاين	الثلاثاء
تشجيع الجمهور على التفكير والاقتراب من الريتريت	مساحة هدوء وسط الطبيعة 2. فرصة تسمعي 1. نفسك بصدق 3. خطوات عملية تساعدك تكتشفي اللي محتاجاه	Value Post: 3 أسباب تحب الريتريت	سلسلة صور / Carousel	الأربعاء
تحفيز الحجز المباشر للريتريت	خلي الحيرة تكون نقطة البداية... الريتريت قرب" يبدأ، ومستنيك تكتشفي نفسك معنا! احجزي "مكانك دلوقتي"	الإعلان عن قرب الريتريت وتحفيز الحجز	+ بوست إعلان Countdown	الخميس

# Estimated Budget

Total:

**5000 EGP** For 10 Days

Page Likes Campain	100 <b>EGP</b>
Instagram Followers	<b>200 EGP</b>
Engagement ( Video Views)	<b>200 EGP</b>
Total Padget Per Day	<b>500 EGP</b>

You Will Spend 500 EGP Per day for 10 Days as a test Campain to Reach Your goal.

# Expected Outcomes



**+50 K**

Social Media Reach



**+500**

Followers



**+10%**

Sales Growth



**Strengthened  
brand loyalty**

We're really excited to work together, achieve success together, and be your partners in spreading awareness and reaching your goals.