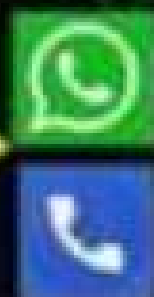


FLY HIGH

جيم - اسبا - بيوتي سنتر

IN US!



: 01210323820

02

دكتورة / نهال حجازي الشرقاوي





المحتوي

- من نحن
- خدماتنا
- Busieness Model Canva
- SOSTAC model
- تحليل المنافسين
- اهدافنا
- الجمهور المستهدف
- شخصيات (Personas)
- استراتيجيه التسويق الرقمي
- نبره الصوت
- بعض القنوات
- محتوى بعض القنوات
- (Calender and Control)
- الصفحات قبل الحمله
- نتائج الاعلان الاول
- نتائج الاعلان الثاني
- تحليل بسيط للاعلان الاول والثاني .
- التوصيات والمقترحات
- الصفحات بعد الحمله
- الخاتمه

مركز فلاي هاي

للتأهيل البدني والرياضي والاستشفاء

جيم - سبا - بيوتي سنتر

دكتورة/ نهال حجازي الشرقاوي

01210323820



من نحن

مركز فلاي هاي نحن مركز متخصص لكل احتياجات المرأة .

نقدم تجربه متنوعه وشامله بين الرشاقه والجمال والاهتمام بالجسم بالاضافه الي التأهيل البدني والرياضي .

نقدم خدمات تشمل :

- **الجيم** وهو مجهز باحدث الاجهزه الرياضيه والتدريب علي ايدي خبراء متخصصين بالاضافه الي التدريب الاون لاين والتأهيل البدني والاستشفاء.

- **سبا** لجلسات الاسترخاء والحمام المغربي واستخدام الصابون المغربي الاصلي والزيوت الطبيعيه.

- **بيوتي سنتر** للعنايه بالشعر والبشره باستخدام منتجات طبيعيه 100%
نوفر بيئه مريحه وامنه مع فريق من المتخصصين .

هدفنا مساعده النساء في تحقيق اللياقه والجمال والاسترخاء واستعادته النشاط .

“فلاي هاي مكان مميز لكل احتياجاتك ”

خدماتنا



بيوتي سنتر:

للعناية بالشعر والبشرة والجسم باستخدام منتجات طبيعيه 100 % وجلسات الفشبال وتنضيف البشرة المميزه باستخدام احدث الاجهزه والزيوت والكريمات الطبيعيه



سبا:

لجلسات المساج والاسترخاء والحمام المغربي تجربه ممتعة بتساعد على استرخاء جسمك وتجديد نشاطك واستخدام الصابون المغربي الاصلي والزيوت الطبيعيه ذات الرائحه المميزه

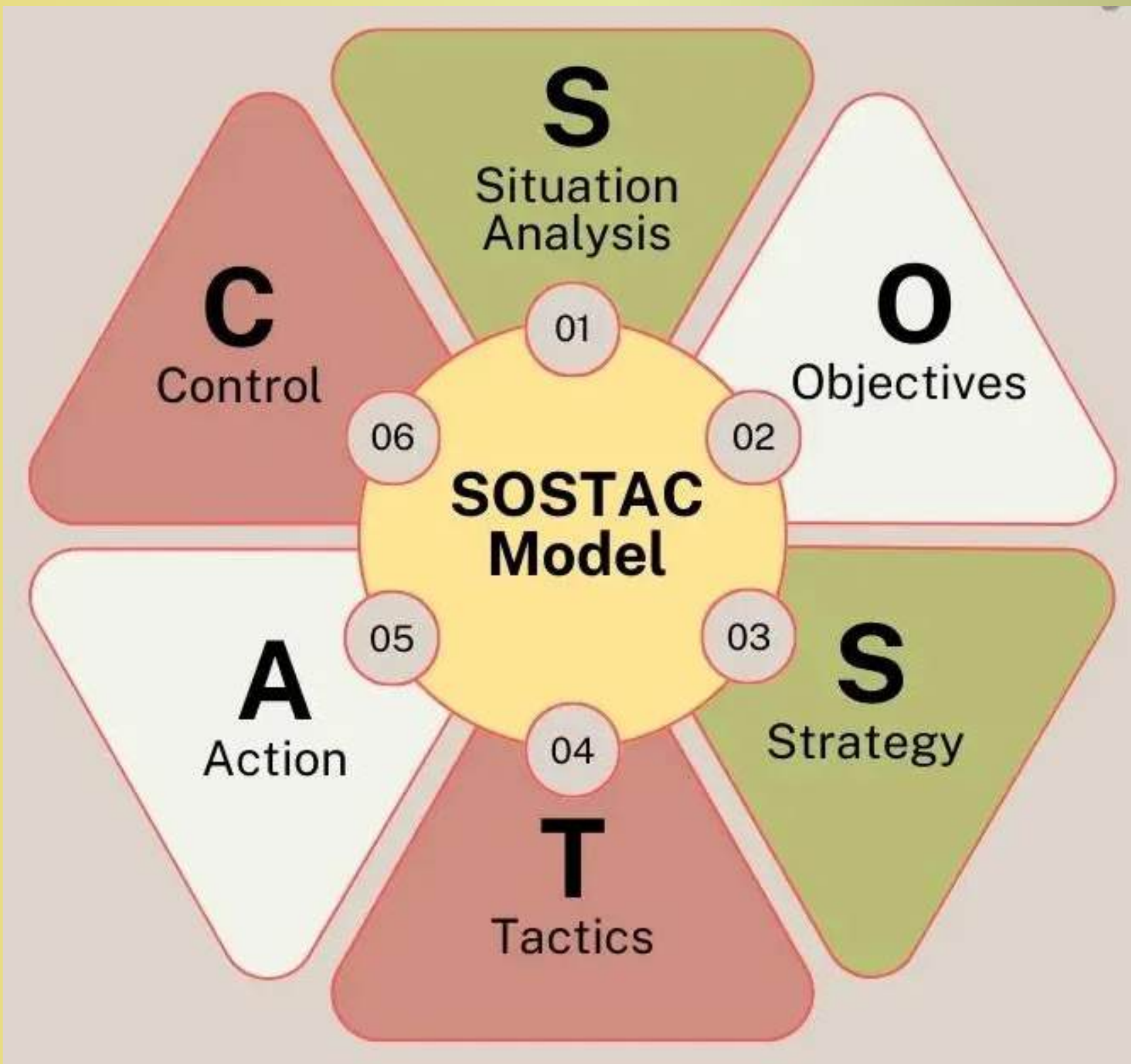


الجميم:

مجهز بأحدث الاجهزه وبرامج متخصصه للسيدات والاطفال والمراهقين مع مدربين متخصصين وذو خبره مع توفير خدمه التدريب الاون لاين والتأهيل البدني

نموذج عمل فلابى Business Model Canvas

الشراكات Key Partners	الأنشطة الأساسية Key Activities	القيمة المقدمة Value Proposition	العلاقة مع العملاء Customer Relationships	شرائح العملاء Customer Segments
1. شركات الأجهزة الرياضية. 2. المتخصصين من مجال الرياضة والتغذية. 3. المتخصصين في مجال العناية بالشعر والبشرة. 4. محلات مستحضرات التجميل (الموردين). 5. شركات مستحضرات التجميل العلاجية.	1. اشتراكات الجيم. 2. اشتراكات التأهيل. 3. خدمات الأسبا (الفشال، المساج، الحجامة). 4. خدمات البيوتى سنتر.	1. دكانة متخصصة في مجال الرياضة. 2. دكانة متخصصة في مجال التغذية. 3. كيميائيين متخصصين في مستحضرات التجميل العلاجية. 4. مكان نظيف وذو مستوى عالى. 5. الأسعار متوسطة بالنسبة لأسعار المنافسين والخدمة مقابل السعر – العميل يكسب. 6. توفير مصاريف التدريب الشخصى. 7. منتجات طبيعية 100% ومجربة ومتاح التجربة قبل الشراء.	1. التعامل المباشر في الجيم والأسبا والبيوتى سنتر. 2. تقديم أفضل خدمة بود ولطف. 3. تسجيل بيانات العملاء في كل معاملة والاحتفاظ بها.	1. السيدات زاندى الدهون والوزن. 2. السيدات متأخرين الإنجاب بسبب زيادة الوزن والتكسيات. 3. الفتيات النحيفات مرحلة الكلية. 4. فتيات محتاجين يزودوا أماكن الأنوثة. 5. بعض السيدات الذين يعانون من الأمراض مثل السكرى والقلب. 6. كل بنت وسيدة باحثة عن الجمال من مختلف الأعمار من 15 سنة تقريبا إلى 65 سنة (أسبا). 7. المصابين بمشاكل في العضلات أو القوام (التأهيل).
الموارد Key Resources		1. فريق عمل الجيم والبيوتى سنتر 2. الخامات 3. الأجهزة وأدوات الجيم 4. المستهلكات	قنوات التواصل (التوزيع) Channels	
			1. مواقع التواصل خاصة فيس بوك وواتساب 2. المكالمات التليفونية 3. التعامل المباشر وتقديم أفضل تجربة للعميل 4. الاعلانات الخارجية 5. تجربة العملاء ونشرهم للتجربة للمحيط الخاص بهم	
التكاليف Cost Structure			الإيرادات Revenue streams	
1. مرتبات الموظفين (فريق العمل) 2. الإيجار 3. شراء المنتجات للبيع والاستخدام في الخدمات المقدمة 4. شراء المستهلكات مثل المناديل والمنظفات وخلافه			1. اشتراكات الجيم 2. اشتراكات التأهيل 3. دخل الخدمات المقدمة من الأسبا (المساج والحجامة والفشال) 4. دخل بيع المنتجات 5. دخل خدمات البيوتى سنتر	



1-SITUATION

- تحليل المنتجات
- تحليل القوي العامله
- تحليل الموارد
- تحليل العملاء
- PEST Analysis
- تحليل المنافسين
- SWOT Analysis

2-OBJECTIVE

- 5ss objective

3- STRATEGY

- شرائح الجمهور المستهدف
- الشخصيات (PERSONAS)

4- TACTICS

- استراتيجيه التسويق
- نبره الصوت
- جدول المحتوي

5- CONTROL

- جدول CONTROL لما سيتم قياسه
- جدول CONTROL لتحليل الاعلانات

تحليل بعض المنتجات



كريم الورد

مميزاته :

يعطي نعومه ونضاره
للبشرة مكونات طبيعيه
%100



كريم بالمرز

مميزاته:

كريم مغذي للشعر



صابون البرتقال

مميزاته :

توحد لون البشرة وتمنحها
النضاره



صابون الجوجوبا

مميزاته :

تقلل الحبوب وآثارها وترطب
البشرة الدهنية



كريم الشوكولاته

مميزاته:

ترطيب عميق ونضارة للبشرة
الجافة

تحليل بعض القوي العاملة



د. نهال حجازي

استشاري تأهيل إصابات رياضية، مؤهلة من وزارة الشباب والرياضة والطب الرياضي، معتمدة من IASST، خبرة في المساج والحجامة العلاجية، خبرة في تدريب العاب القوي مستوي البطولات المحلية

د. رضوي

أخصائية تغذية علاجية وتغذية رياضيين، مدرب معتمدة من الاكاديمية الدولية للعلوم والرياضة IASST، خبرة في المساج والتغذية الرياضية

ك/ ياسمين ك/ مرح

مساعد مدرب
تدريب رياضي فردي وجماعي

د. هند

دبلومة في التجميل اخصائيه
تجميل وعنايه بالبشرة

تحليل بعض الموارد

الموارد

الموارد البشرية

- فريق خدمة العملاء يدعم الرد السريع والتسويق المباشر.
- مختصو السوشيال ميديا يوفرون محتوى مستمر وجذاب

الموارد المالية

- وجود ميزانية للإعلانات المدفوعة للوصول لجمهور أكبر.

الموارد المكانية

- يوجد فرع واحد حاليا يقع في منطقة بني مزار بمحافظة المنيا، مما يجعله متاحًا لعملاء المنطقة المحلية.
- الوصول السهل من المناطق المجاورة وزيادة الطلب المحتمل من السكان المحليين

التحسينات الممكنة

- تحسين مهارات التعامل مع العملاء لزيادة ولاء العملاء.
- تحسين استراتيجيات التسويق الإبداعي وتحليل البيانات للتفاعل الأفضل.

- زيادة الاستثمار في حملات إعلانية موجهة وتحليل النتائج بعمق.

- زيادة الوعي بالخدمات المقدمة من خلال اللافتات أو الأنشطة الترويجية في المنطقة المحيطة.



تحليل العملاء

اين

من

لماذا

متي

- الموقع:
- - الزيارات الفعلية:
- العملاء يزورون مركز Fly High للاستفادة من خدمات الجيم، السبا، ومركز التجميل. الموقع يخدم بشكل رئيسي سكان قرية صندفا ، بني مزار، المنيا، مصر والمناطق المجاورة.
- - الخدمات عبر الإنترنت:
- النساء اللواتي يفضلن التدريب من المنزل يمكنهن الوصول إلى خدمات التدريب عبر الإنترنت من أي مكان في مصر
- الدوافع
- - النساء (25-45):
- تحفيزهن بسبب الرغبة في استعادة
- اللياقة بعد الولادة، أو فقدان الوزن لأسباب صحية أو جمالية، أو الاستعداد للزواج.
- - المراهقات (14-18):
- زيادة الثقة بالنفس من خلال تشكيل الجسم، والاستعداد للأحداث الاجتماعية
- مثل الحفلات أو التخرج.
- الأطفال (6-16):
- الآباء يسعون لتحسين صحة أطفالهم الجسدية وتصحيح تشوهات القوام لضمان النمو السليم.
- - الشباب (18-25):
- يرغبون في تشكيل أجسامهم سواء للالتحاق بالكلية الرياضية أو لتحسين مظهرهم والحصول على جسم مثالي .
- - النساء الراغبات في التدريب عبر الإنترنت:
- اللاتي يفضلن الراحة واللاتي ليس لديهن وقت للذهاب للجيم ويريدون الحصول على التوجيه والتدريب من المنزل بسبب جداولهن المزدحمة

- - الفئة الأساسية:
- - النساء من سن 25-45
- (بعد الولادة، العاملات، والعرايس) اللاتي يبحثن عن خدمات اللياقة البدنية والجمال والراحة.
- - المراهقات من سن 14-18
- (البنات اللاتي يرغبن في تحسين شكل الجسم وفقدان الوزن).
- - الأطفال من سن 6-16
- لتحسين اللياقة البدنية وتصحيح التشوهات القوامية.
- - طلاب الجامعات والشباب من سن 18-25
- الذين يستعدون للالتحاق بالكلية الرياضية أو يرغبون في تحسين مظهرهم للمناسبات الاجتماعية.
- - النساء الراغبات في التدريب عبر الإنترنت من سن (25-45) اللواتي يفضلن التمارين في المنزل.

- أوقات الذروة:
- الاجازات المدرسية حيث يكون لديهم وقت فراغ.
- - النساء (25-45)
- : في فصل الشتاء وخلال الأوقات التي يركزن فيها على استعادة اللياقة بعد الحمل أو الاستعداد للحمل المقبل.
- - العرايس:
- قبل موسم الأعراس أو عند التحضير ليوم الزفاف.
- - العملاء المتدربين عبر الإنترنت:
- على مدار العام، وخاصة في الأوقات المزدحمة التي تمنعهم من الحضور الفعلي للمركز

PEST Analysis

السياسة

- الاستقرار السياسي في مصر يدعم بيئة آمنة ومستقرة للاستثمار في قطاع اللياقة البدنية وخدمات السبا والجمال.

القوانين واللوائح الصحية المتعلقة بالصحة العامة - والنظافة تلزم المركز باتباع معايير صارمة للتعقيم وتوظيف متخصصين في العلاج الطبيعي والتغذية

الاجتماعي

- زيادة الوعي بأهمية اللياقة البدنية والصحة الجسدية والعقلية بين النساء، خاصة بعد الولادة وأثناء الحمل، مما يخلق طلباً متزايداً على خدمات الجيم والتجميل والعلاج الطبيعي
- ارتفاع اهتمام الأجيال الشابة (المراهقين والشباب) بشكل الجسم - وتحسين مظهرهم يعزز الإقبال على خدمات المركز
- الثقافة الاجتماعية المصرية تشجع على العناية بالجسم والبشرة، - خاصة مع التركيز على الاستعداد للزواج والمناسبات الاجتماعي
- قد يؤثر اتجاه العملاء لمقاطعه المنتجات الاجنبية في بيع واستخدام الكريمات والزيوت المستورده المستخدمه في المركز واستبدالهم بمنتج مصري محلي الصنع

الاقتصاد

الطبقة المتوسطة في مصر تمثل شريحة كبيرة من العملاء المحتملين، ما يجعل تقديم خدمات بأسعار مناسبة أمراً حيويًا.

- الأوضاع الاقتصادية تؤثر على سلوك الإنفاق لدى العملاء، وقد تتأثر الخدمات الفاخرة مثل السبا والتجميل بتغيرات الدخل

التدريب عبر الإنترنت يمثل خياراً اقتصادياً وفعالاً للنساء اللواتي - يفضلن تقليل التكاليف من خلال ممارسة التمارين في المنزل

التكنولوجيا

الاعتماد على التكنولوجيا في تقديم خدمات التدريب عبر الإنترنت يعد ميزة تنافسية كبيرة، حيث يمكن تقديم برامج تدريبية عن بُعد باستخدام منصات الفيديو والهواتف الذكية

• الأجهزة الرياضية الحديثة والتكنولوجيا المتقدمة في العلاج الطبيعي تعزز جودة الخدمات المقدمة وتجذب العملاء الباحثين عن نتائج سريعة وفعالة

•

• الترويج عبر السوشيال ميديا (Facebook, Instagram, whatsapp, TikTok) أكبر من شريحة أكبر من الجمهور وتحقيق انتشار أوسع

تحليل المنافسين



الملكة (ماجدة)

- | | |
|--------------------|-------------------------|
| نقاط القوة: | نقاط الضعف: |
| • موقع مناسب | • المكان غير نظيف |
| • أسعار منخفضة | • ارتفاع الاسعار |
| • تنوع الفساتين | • مستوى العمل ضعيف |
| • استخدام بروتين | • استخدام منتجات رديئة |
| • لفرد الشعر | • لا يوجد مكان للانتظار |
| • التواجد الدائم | |

أم كريم

- | | |
|---------------------------------|------------------------|
| نقاط القوة: | نقاط الضعف: |
| • الموقع المتميز | • ارتفاع الاسعار مقابل |
| • الشهرة بين الفئات الأقل دخلاً | • سوء الخدمة |
| • تعدد الخدمات | • سوء معاملة الموظفين |
| • تنوع الفساتين | • خدمات محدودة |
| • التواجد الدائم | |

جابو جيم

- | | |
|---------------------------------|--------------------|
| نقاط القوة: | نقاط الضعف: |
| • عدد الأجهزة الكبيرة والمتنوعة | • الأجهزة رديئة |
| • سعر منخفض | • مدربة غير محددة |
| • وجود فترة تدريب صباحية | • عماله غير مدربه |

ليلة العمر

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| نقاط القوة: | نقاط الضعف: |
| • أسعار منخفضة لبعض الخدمات | • عدم النظافة |
| • موقع مناسب | • منتجات رديئة |
| • هناك مستوى عمل أفضل | • أسعار مرتفعة لبعض الخدمات |
| • تواجد دائم | • لا يوجد مكان للانتظار |
| | • طاقم العمل الصغير |



SWOT Analysis

القوة

- مكان مخصص شامل لكل احتياجات السيدات حيث يضم ,جيم وسبا وبيوتي سنتر في مكان واحد .
- يجمع بين النظافة والتعقيم الصارمين
- فريق من المتخصصين المؤهلين في مجالات التغذية، التدريب، والعلاج الطبيعي
- وجود متخصصين للعناية بالشعر والجسم.
- يوفر المركز أحدث الأجهزة وخيارات التدريب الأون لاين
- يقدم المركز خدمات المتابعة الدورية لضمان تحقيق الأهداف الشخصية
- جلسات مساج عالية الجودة، لتقديم تجربة شاملة وآمنة تلبي جميع احتياجاتك في اللياقة والعناية بالجمال

الفرص

- زيادة الطلب على المنتجات الطبيعية والصحية نظرا لاستخدامنا منتجات طبيعيه 100%
- اضافه خدمة فرد الشعر بالبروتين قد تجذب العديد من العملاء
- اضافه فساتين تأجير وميك أب الزفاف قد يجذب الكثير من العملاء المقبلين علي الزفاف
- الاستثمار في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات الممولة سيزيد من الوعي بالعلامة
- تقديم برامج ولاء وعروض خاصة
- تنظيم ورش عمل حول العناية بالبشرة والشعر، أو فعاليات لياقة بدنية، يمكن أن ينتج من تفاعل العملاء

الضعف

- ارتفاع الاسعار مقارنة بالمنافسين
- عدد اجهزه الجيم اقل من المنافسين
- العماله في مركز التجميل غير منتظمه
- عدم وجود تكييفات
- عدد المساعدين غير كافي في المناسبات
- لا يوجد خدمه تأجير الفساتين
- عدم وجود د/ نهال بشكل دائم

التحديات

- هناك عدد من المنافسين الذين يقدمون خدماتنا بأقل تكلفة قد يؤدي إلى تقليل العملاء وتقليل تكلفة السوق.
- زيادة تكاليف الإيجارات، والتراخيص يمكن أن يؤثر علي المركز وقدرته على تحقيق الربح.
- نقص عدد المساعدين، خاصة في أوقات التحضير والأعياد، قد يؤدي الي فقد العملاء
- قد تؤثر حرارة الجو الصيفي في فصل الصيف مع غياب التكييفات على راحة العملاء
- غياب شخصية رئيسية مثل الدكتور نهال بشكل عام قد يؤثر على بعض الخدمات على رضا العملاء.
- أي تعديلات في قوانين الصحة والضرائب قد تزيد من الأعباء المالية.

اهدافنا



1. (المبيعات):

- الهدف:
- زيادة عدد الاشتراكات الشهرية بنسبة 20% خلال 6 أشهر.

2. (الخدمات):

- الهدف:
- تحسين تجربة العملاء بنسبة 90% وفقًا لاستطلاعات رضا العملاء خلال 3 أشهر

3. (التميز):

- الهدف:
- إبراز فلاي هاي كوجهة العناية الشاملة والمفضلة للسيدات من خلال تقديم خدمات متخصصة في اللياقة البدنية، العناية بالبشرة والشعر، والسبا باستخدام أفضل المنتجات الطبيعية، وتعزيز الرفاهية وجذب المزيد من العملاء عبر المحتوى الرقمي المتميز.

4. (التفاعل):

- الهدف:
- مضاعفة التفاعل مع المجتمع الرقمي بزيادة التعليقات والمشاركات على وسائل التواصل بنسبة 40% خلال 6 أشهر.
- زيادة التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 30% في خلال 4 أشهر

5. (التوفير):

- الهدف:
- تحسين تكلفة اكتساب العميل بنسبة 15% في خلال 6 أشهر..

- تلك الأهداف تساعد في تحسين الأداء العام للمركز وتعزيز التفاعل والتواجد الرقمي، مما يعزز من مكانة "فلاي هاي" كوجهة رائدة للنساء في مجالات اللياقة والعناية الشخصية..



الجمهور المستهدف



شريحه رقم 1:

أولياء أمور الأطفال من (6 إلى 12 سنة)

العمر:

30-45 سنة

الاهتمامات:

• الحفاظ على صحة أطفالهم وزيادة لياقتهم البدنية

تشجيع الأطفال على ممارسة الرياضة والنشاط البدني بشكل منتظم.

البحث عن برامج آمنة وجذابة للأطفال تساعد في النمو الصحي

الأهداف:

زيادة الطول، تحسين شكل الجسم، اكتساب الثقة بالنفس، تحسين الصحة العامة.

الاهتمام بصحة أطفالهم

علاج المشكلات الصحية المتعلقة بالقوام مثل تحدب الظهر أو الفلات فوت وتشجيعهم على اللياقة البدنية في بيئة آمنة

شريحه رقم 2:

المراهقات من (13 الي 16 سنة):

العمر:

13-16 سنة

الاهتمامات:

التخلص من الوزن الزائد أو تشكيل الجسم بطريقة متناسقة.

تعزيز الثقة بالنفس والظهور بمظهر أنيق.

• الاهتمام بالشعر والبشرة، والمشاركة في أنشطة الجمال مثل رسم الحناء.

الأهداف:

الوصول إلى وزن مثالي وشكل جسم متناسق.

تعزيز الثقة بالنفس من خلال تحسين المظهر الجسدي.

الاستعداد للمناسبات الخاصة مثل حفلات المدرسة أو المناسبات الاجتماعية

شريحه رقم 3:

الشباب (18-25 سنة)

العمر:

.سنه (18-25) بنات فقط

الاهتمامات:

خسارة الوزن، تشكيل الجسم، التدريب للتأهيل للكلية الرياضييه , التحضير لحفلات الزفاف أو المناسبات، الحفاظ على اللياقة البدنية، تعزيز الصحة الجسدية والنفسية و الاهتمام بالبشره .. والشعر

الأهداف:

خسارة الوزن، بناء العضلات، تحسين المظهر العام، التحضير للمناسبات الاجتماعية أو الحياة الجامعية.



الجمهور المستهدف



شريحه رقم 5:

:. النساء الراغبات في التدريب الأولين

العمر:

25-45 سنة.

الاهتمامات:

- ممارسة التمارين في المنزل، الحفاظ
- على اللياقة البدنية بدون الذهاب إلى
- المركز، الوصول إلى نصائح اللياقة
- والتغذية بشكل سهل ومباشر، التدريبات
- المخصصة وفقاً للاحتياجات الشخصية.

الأهداف:

الحصول على برامج تدريب مخصصة عبر الإنترنت، الاستفادة من التوجيه عن بعد لتحقيق أهداف اللياقة الشخصية، توفير الوقت والجهد من خلال التدريبات المنزلية

شريحه رقم 4:

النساء (25-45 سنه):

العمر:

سنه (25-45) (نساء فقط)

الاهتمامات:

- خسارة الوزن بعد الحمل، تحسين شكل
- الجسم بعد الولادة، العناية بالبشرة
- والشعر، الاسترخاء والتخلص من التوتر،
- التعافي من الإصابات، تحسين الصحة
- العامة. عروسه واقترب موعد زفافها ..

الأهداف:

استعادة اللياقة بعد الولادة، تحسين المظهر الخارجي، الحفاظ على الصحة العامة والتخلص من التوتر، إعادة التأهيل بعد الإصابات. الرغبة في الانجاب ولكن تعيقها السمنة .علاج خشونه الركبه .





شخصيات (Persona 1)

• الاسم:

مريم حسن

• العمر:

30 سنة

• الجنس:

أنثى

• التعليم:

بكالوريوس التجارة

• الحالة الاجتماعية:

متزوجة

• الوظيفة:

محاسبه في شركه محليه

• الموقع:

قرية صندفا، مركز بني مزار، محافظة المنيا

• الخلفية الشخصية:

مريم هي أم لطفلين وتعمل في شركه محليه . بعد ولادتها، واجهت تحديات في استعادة لياقتها البدنية، وقد لاحظت زيادة الوزن التي أثرت على ثقتها بنفسها ومظهرها العام. مما زاد من رغبتها في تحسين شكل جسمها.



شخصيات (Persona 1)

الأهداف

- استعادة اللياقة بعد الولادة وتحسين المظهر الخارجي.
- الحفاظ على الصحة العامة والتخلص من التوتر.
- إعادة التأهيل بعد الإصابات والمساعدة في معالجة خشونة الركبة..

الاهتمامات

- خسارة الوزن بعد الحمل وتحسين شكل الجسم.
- العناية بالبشرة والشعر للحفاظ على مظهر صحي وجميل.
- الاسترخاء والتخلص من التوتر الناتج عن الحياة اليومية.
- التعافي من الإصابات التي تعرضت لها في الماضي

التحديات

- عدم وجود الوقت الكافي بسبب الالتزامات العائلية والعمل.
- الضغط النفسي الناتج عن تحقيق أهدافها الجمالية.
- قلة الدعم اللازم لتحقيق أهدافها الصحية.

كيف يمكن لمركز فلاي هاي مساعدتها

- تقديم برامج تدريبية مخصصة لفقدان الوزن وتحسين الشكل بعد الولادة.
- توفير جلسات استرخاء وعناية بالبشرة والشعر.
- تقديم استشارات صحية حول التعافي من الإصابات وعلاج خشونة الركبة.
- إنشاء بيئة دعم اجتماعي تشجع على تحقيق الأهداف الصحية



شخصيات (Persona 2)

• الاسم:

• مها محمد

• العمر:

• 35 سنة

• الجنس:

• أنثى

• الموقع:

• قرية صندفا، مركز بني مزار، محافظة المنيا

• المهنة:

• ربة منزل

• الحالة الاجتماعية:

• متزوجه ولديها طفلان (6 و10 سنوات)

• الخلفية الشخصية:

مها تهتم بصحة أطفالها بشكل كبير. تحرص على تنمية قدرات أبنائها البدنية وترغب في أن يكونوا نشيطين ويتمتعوا بلياقة بدنية عالية. تبحث دائماً عن برامج آمنة وجذابة تساعد أطفالها على تحسين صحتهم البدنية.

كما أن ابنها الأكبر يعاني من تحذب الظهر، ويبحثان عن حلول تساعد في تصحيح هذه المشكلة

شخصيات (Persona 2)

الأهداف

- مساعدة أطفالهم على النمو بشكل صحي وزيادة لياقتهم البدنية.
- تقديم الدعم للأطفال في تصحيح التشوهات القوامية وتحسين مظهرهم.
- تحسين ثقة الأطفال بأنفسهم ليشعروا بالراحة في حياتهم اليومية والمناسبات المدرسية.
- إيجاد برامج تدريبية ممتعة تُحفّز الأطفال على الاستمرار في ممارسة الرياضة

الاهتمامات

- الحفاظ على صحة الأطفال والاهتمام بنموهم البدني.
- تحسين الطول والوزن لدى الأطفال.
- تصحيح التشوهات القوامية مثل تحدب الظهر والفلات فوت.
- توفير فرص لأطفالهم لممارسة الرياضة في بيئة آمنة تحت إشراف متخصصين.
- تعزيز ثقة الأطفال بأنفسهم من خلال الأنشطة الرياضية

كيف يمكن لمركز فلاي هاي مساعدتها

- تقديم برامج رياضية مصممة خصيصًا لتحسين الطول والوزن وتصحيح التشوهات القوامية.
- توفير بيئة آمنة وجذابة للأطفال تحت إشراف مدربين متخصصين.
- تقديم معلومات وورش عمل للأهالي حول كيفية دعم أطفالهم في رحلتهم البدنية وتحفيزهم على ممارسة الرياضة.
- متابعة تقدم الأطفال بشكل دوري لتقديم الدعم المستمر لأولياء الأمور

التحديات

- قلة المرافق الرياضية المناسبة للأطفال في المنطقة.
- الانشغال اليومي وعدم القدرة على متابعة البرامج الرياضية المتاحة.
- الخوف من تعرض الأطفال للإصابات خلال ممارسة الأنشطة البدنية.
- عدم معرفة كيفية تصحيح التشوهات القوامية بالشكل الصحيح



استراتيجيه التسويق الرقمي

وسائل التواصل الاجتماعي :

Facebook: لنشر تحديثات الجيم، السبا، البيوتي سنتر، التفاعل مع العملاء، والمشاركة في الفعاليات.

Instagram: لمشاركة صور وفيديوهات قبل وبعد التدريبات، جلسات السبا، العناية بالجسم والشعر، وكذلك القصص اليومية.

TikTok: لإنشاء محتوى مرئي سريع، مثل تحديات اللياقة، نصائح التغذية، ومقاطع التدريب.

WhatsApp: للتواصل المباشر مع العملاء، تقديم استشارات مخصصة، الترويج للعروض، والرد على الاستفسارات.

التسويق عبر المحتوى :

المدونات والمقالات التي تتحدث عن الفوائد الصحية للتدريب، العناية بالبشرة والشعر، وأهمية التعافي البدني.

التسويق عبر البريد الإلكتروني:

إرسال النشرات الإخبارية للعملاء الحاليين والمحتملين للإعلان عن العروض الجديدة، الفعاليات، وبرامج التدريب.

الإعلانات المدفوعة :

إعلانات مدفوعة عبر Facebook و Instagram لزيادة الوعي بالخدمات.

استخدام إعلانات Google للوصول إلى جمهور محلي يبحث عن خدمات اللياقة، السبا، أو البيوتي سنتر.

التسويق المؤثر:

نشر آراء العملاء للترويج لمركز "فلاي هاي" من خلال تجاربهم الشخصية في الجيم أو السبا.

الإحالة والتوصيات :

تقديم برامج إحالة تشجع العملاء الحاليين على جلب أصدقاء أو أفراد العائلة للحصول على خصومات أو خدمات مجانية.

الموقع الإلكتروني :

توفير معلومات حول الخدمات المقدمة، حجز المسبق للجلسات، واستشارات الأونلاين.

الفعاليات والأحداث :

تنظيم ورش عمل للياقة البدنية، العناية بالبشرة والشعر، وعروض حية للجمهور للتفاعل مع المدربين والمتخصصين





نبذة الصوت:

لخلق بيئة مريحة للنساء الباحثات عن
الراحة والرعاية .

ودودة
وناعمة

تشجيع النساء علي العناية بصحتهن وجمالهن , مع
التركيز علي الرعاية الذاتية , والثقة بالنفس

تحفيزية

الحفاظ علي مستوي من الاحترافية في التواصل
لضمان الثقة والمصداقية خاصة في خدمات الصحة
والجمالية .

احترافية



			جدول المحتوي				
الشبكة	الشهر/اليوم	التاريخ/الوقت	ركيزه المحتوي	الجمهور المستهدف	نوع المحتوي	النص	هاشتاج
فيس بوك	اكتوبر/الاثنين	7-10 مساء 1	خدمه التدريب الاون لاين	الجمهور العام لكل الفئات	بوست	بشرى سارة لكل عملاءنا الكرام فلاى هاى مش بس في قلب صندفا والمنيا... دلوقتي التدريب بقى يوصل لحد عندك ف الست	#فلاي_هاي #تدريب_اونلاين #لياقة_بدنية #جيم_سيدات #سبا_سيدات #بيوتي_سنتر
فيس بوك	اكتوبر/الاثنين	7-10 مساء 5	خدمات التجميل	النساء من 18-40 سنه	بوست	لكل الجميلات في فلاي هاي سبا & بيوتي سنتر، بنهتم بجمالك وبشركتك لإنك تستحقى!	#فلاي_هاي #سبا #بيوتي_سنتر #عناية_بالشعر #عناية_بالبشرة #جمال_طبيعي #منتجات_طبيعيه
فيس بوك	اكتوبر/الثلاثاء	8-10 صباحا 7	خدمات المركز	الجمهور العام لكل الفئات	فيديو قصير	مركز فلاي هاي لكل احتياجاتك (جيم,سباوبيوتي سنتر)	فلاي هاي # لكل #احتياجاتك
تيك توك وانستجرام	اكتوبر/الثلاثاء	8-10 مساء 9	تحفيزي وتشجيعي	النساء من 18-35 سنه	كاروسيل	جاهزه لتحدي 30 يوم يلا بينا مع تدريبات فلاي هاي	جاهزه للتحدي انتي قدها #

CONTROL Table

ماسيتم قياسه في الحمله :

الوصول	عدد النقرات	مشاركة المنشور	التفاعلات والتعليقات	عدد مرات الظهور	تاريخ قياس النتائج	تاريخ عرض الاعلان

عدد اشتراكات العملاء بعد الاعلان	عدد الاشتراكات ف الخدمات المختلفة	اجمالي المبيعات بعد الاعلان	عدد زيارة العملاء للمركز بعد الاعلان

الصفحات قبل الحمله



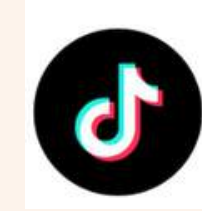
فيس بوك



عدد المتابعين : 2.8K

عدد الاعجاب : 2.5K

تيك توك



عدد المتابعين : 1091

عدد الاعجاب : 3613

انستجرام



عدد المتابعين : 937

عدد الاعجاب : 505

نتائج الاعلان الاول

تاريخ عرض الاعلان	تاريخ قياس النتائج	عدد مرات الظهور	التفاعلات والتعليقات	مشاركة المنشور	عدد النقرات	الوصول
17 - 10 الخميس	19-10 السبت	11.576	157	3	1.062	8.319

عدد اشتراكات العملاء بعد الاعلان	عدد الاشتراكات ف الخدمات المختلفة	اجمالي المبيعات بعد الاعلان	عدد زيارة العملاء للمركز بعد الاعلان
7	3	جنيه 1800 مصري	15

نتائج الاعلان الاول



نتائج الاعلان الثاني

تاريخ عرض الاعلان	تاريخ قياس النتائج	عدد مرات الظهور	التفاعلات والتعليقات	مشاركة المنشور	عدد النقرات	الوصول
17-10 الخميس	19-10 السبت	5.971	38	0	414	3.720

عدد اشتراكات العملاء بعد الاعلان	عدد الاشتراكات ف الخدمات المختلفة	اجمالي المبيعات بعد الاعلان	عدد زيارة العملاء للمركز بعد الاعلان
4	2	جنيه 750 مصري	12

نتائج الاعلان الثاني



تحليل تقرير مبسط علي الاعلان الاول والثاني

المؤشر	الاعلان الاول	الاعلان الثاني	الاستنتاج
نسبه النقر الي الظهور	اعلي	اقل	الاعلان الاول اكثر جاذبيه
التكلفه لكل نقره	اقل	اعلي	الإعلان الأول أكثر كفاءة من حيث التكلفة لكل نقرة
AOV (متوسط قيمة الطلب)	اعلي	اقل	فعاليه الاعلان الاول في جذب العملاء وتحفيزهم علي الاستمرار
الوقت الذي يقضيه المستخدمون علي الموقع	اعلي	اقل	المستخدمون يقضون وقتًا أطول على الموقع بعد النقر على الإعلان الأول

التوصيات والمقترحات

بناء علي تحليل نتائج الاعلانات السابقه فنحن نوصي بالاتي :

- يمكن تخصيص تكلفة أكبر للإعلانات التي تحقق أعلى عائد نفقات إعلانية، مثل الإعلان الاول .
- طبقا لمعدل (CR): الإعلان الاول يظهر نسبة تحويل أعلى . لذلك نوصي باستخدام عوامل الجذب من هذا الإعلان في المستقبل.
- يفضل استخدام فيديوهات قصيرة لجذب عدد أكبر من الجمهور والتفاعل مع الاعلان بصورة أكبر .
- طلب زيادة القيمة (AOV) من خلال تقديم المنتجات والعروض لتحفيز العملاء على الشراء بقيمة أكبر
- كلا الإعلانين يحققان عائداً جيداً على المدى الطويل .

الصفحات بعد الحمله



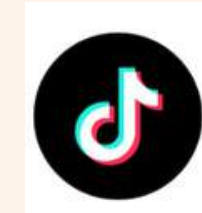
فيس بوك



عدد المتابعين : 2.870K

عدد الاعجاب : 2.550K

تيك توك



عدد المتابعين : 1.120

عدد الاعجاب : 3.838

انستجرام



عدد المتابعين : 944

عدد الاعجاب : 550

الخاتمة

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير:

- لوزارة الإتصالات
 - شركة Yat للتدريب
 - مهندس / محمد الأسود
- لقد أثرت مداخلاتكم القيّمة وتوجيهاتكم في إثراء المحتوى وإيضاح الرؤى.
شكرًا لكم على وقتكم الثمين وجهودكم
التي اتاحت لنا فرصة كبيرة لتحصيل المزيد من العلم والمعرفة وتأهيلنا لسوق العمل
نشكركم مرة أخرى على كل جهودكم الكريمة 🌹 🌹 🌹

مقدمه لسيادتكم من :

- ايمان محمد ابراهيم احمد
- نهال حجازي شحاته عبد اللطيف
- ريم عبد العزيز رمضان
- احمد طارق محمد
- محمد عصام محمد