

# **DIGITAL MARKETING PLAN**

## **ABOUT Kaffiene 99 Coffee Store**

# **TEAM PROJECT**

**MAZEN SAMIR ABONAR (TEAM LEADER)**

**RAHMA YASSER MOHAMED**

**AHMED ALAA AHMED EL HADAD**

**ESRAA MOHAMED ABDULLA**

**HANAN ABD EL HAMID EL ABD**

**MAHMOUD AHMED EL SHIEKH**

**ZIAD ZUHAIR ABDEL HAMED SAYED**





## Project Brief

كافيين99 هو كافيه ومتجر لبيع البن يقع في موقع حيوى أمام نقابة الأطباء بدمنهور، ويتميز بجودة البن العالية وأسعاره المناسبة. رغم قوة المنتج والموقع، إلا أن الوجود الرقمي للبراند ما زال محدوداً ولا يعكس إمكانياته الحقيقية.



يهدف المشروع إلى تعزيز التواجد الإلكتروني للكافيه على منصات Instagram وFacebook من خلال تطوير الهوية الرقمية، وإنتاج محتوى احترافي، وزيادة التفاعل والوعي بالعلامة التجارية، بما يسهم في الوصول إلى قاعدة جماهيرية أكبر داخل المدينه و دعم نمو المبيعات داخل المتجر.





# Market research:



## 1. Market Size



حجم السوق في 2024 هو 1,029.1 مليون دولار، المتوقع في 2030 يصل إلى 1,956.3 مليون دولار.

معدل النمو من 2025 إلى 2030 هو %11.3



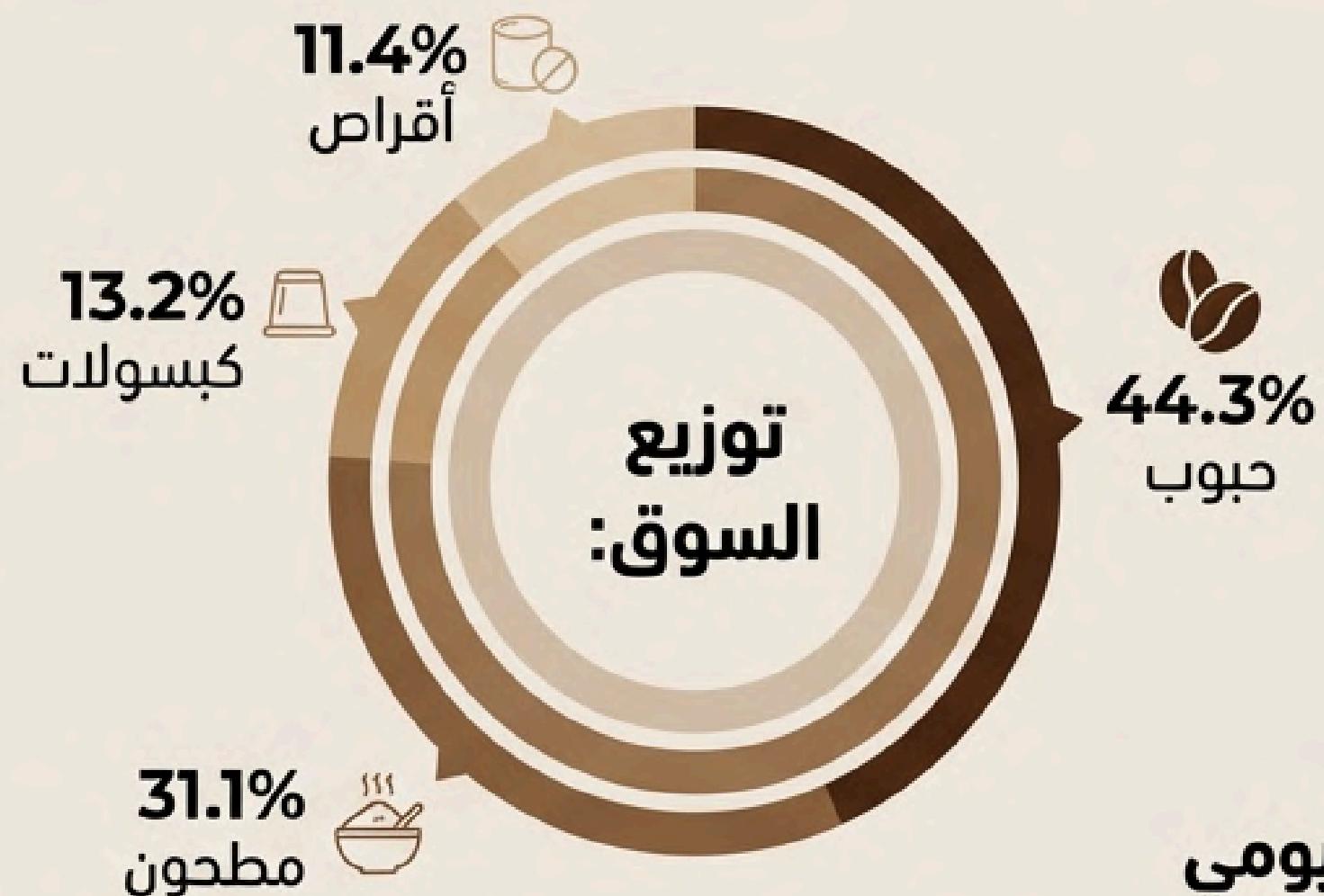
سوق القهوة المحمصة في 2024 وصل 660 مليون دولار المتوقع في 2030 يوصل 936.22 مليون دولار

## (Insights)

- السوق ينمو بسرعة والطلب بقى جزء من أسلوب الحياة
- التوسع الكبير المتوقع ييفتح فرص واضحة للعلامات الجديدة
- زيادة سوق القهوة المحمصة بتوضح اهتمام أكبر بالجودة والنكهة

## 2. Market Trends

الاستهلاك السنوي 31 ألف طن في 2028 المتوقع 33.24 ألف طن في 2023



- الاستهلاك يزيد رغم التحديات
- انتشار الحبوب والكبسولات معناه اهتمام أكبر بالجودة
- البيع في المحلات الصغيرة أكبر من الهايبر وده معناه إن الشراء يومي

### 3. Consumer Behavior

نسبة عدم الطلب داخل الكافيهات 54%

الشباب 20-30 يمثلوا 40-50% من الزوار

نسبة عدم الطلب داخل الكافيهات 54%

58% من الناس ناويين يزودوا الشراء الإلكتروني

50% من الزيارات بتحصل في المساء

#### (Insights)

- الشباب هما المحرك الأساسي للسوق
- تجربة المكان مهمة زي المنتج وده اللي بيزود عدم الطلب
- المبيعات معتمدة على المشروبات أكثر من الطعام
- السوشيال ميديا والديليفرி عنصر أساسي في النمو

# 4. Café Growth



عدد الكافيهات الحديثة **579** في 2023, المتوقع يوصل **831** في 2027



## (Insights)

• السوق لسه مشبعش وفيه فرص للعلامات الجديدة



• النمو مرتبط بالتجربة والبراند مش بس جودة القهوة



### references:

استراتيجية هيليكس , رابط التقارير , البحث 6W , ستاتيستا , بوابة القهوة العالمية , استشارات الشرق الأوسط

### local references:

طيف مصر , ديلي نيوز مصر , الأهرام أونلاين



# Competitor Analysis



## Osmanly Coffee



- عدد المتابعين: 7,161
- معدل التفاعل: 2.60%
- سعر كوب القهوة: 30 جنيه
- يمتلك قاعدة جماهيرية كبيرة وانتشار واضح على المنصات.
- التفاعل مع المحتوى جيد نسبياً ويعكس ارتباط الجمهور بالمحتوى



## Elqesaar Coffee



- عدد المتابعين: 4,060
- معدل التفاعل: 0.44%
- سعر كوب القهوة: 30 جنيه
- جمهور متوسط الحجم، التفاعل محدود نسبياً.
- الحساب يظهر على المنصات ولكنه يحتاج للتحسين في التواصل



## Al-KORBA Coffee



- عدد المتابعين: 1,641
- معدل التفاعل: 0.00%
- سعر كوب القهوة: 35 جنيه
- لديه وجود رقمي لكنه غير فعال، النشاط شبه معادوم.
- التأثير الرقمي على السوق محدود بسبب غياب التفاعل



## Cupz Caffee



- عدد المتابعين: 1,354
- معدل التفاعل: 0.22%
- سعر كوب القهوة: 30 جنيه
- الحساب نشط من ناحية النشر، لكن التفاعل أقل من المتوقع.
- ارتباط الجمهور بالمحتوى محدود نسبياً.



## Kaffiene 99 Coffee (our brand)



- عدد المتابعين: 800
- معدل التفاعل: 0.00%
- سعر كوب القهوة: 30 جنيه
- وجود رقمي قائم لكن النشاط الحالي منخفض.
- التفاعل متوقف بسبب غياب المحتوى، لكن الحساب لديه القدرة على النمو مع استعادة الانتظام في النشر

# PEST Analysis

## Economic



التضخم وارتفاع الأسعار، لكن الطلب على القهوة ما زال مستقراً.



## Political



استقرار نسبي وتشجيع الدولة للمشروعات الصغيرة والمطاعم.

## Technological



الاعتماد المتزايد على السوشIAL ميديا، وانتشار TikTok وReels.

## Social



القهوة أصبحت أسلوب حياة للشباب، وانتشار ثقافة "المود كافيه".

أمثلة على تأثير PEST:

• التضخم

• انتشار

• الافتتاح

• الافتتاح

• التغير

• التغير

• التغير

• التغير

• التغير

• التغير



# Brand Situation Analysis

بناءً على تحليل المنافسين اوجدنا الاتي :



## Strengths

- جودة عالية في البن والمشروبات.
- موقع متميز في منطقة حيوية.
- أسعار مناسبة ومرنة في الدفع.
- وجود عملاء محليين دائمين.
- خدمة Car Take away عالية.



## Weaknesses

- ضعف التواجد الرقمي على منصات التواصل الاجتماعي وغياب التفاعل.
- قلة استخدام الفيديوهات القصيرة (UGC / Reels).
- عدم وجود خدمة توصيل.
- قلة التنوع في الحلويات.



## Opportunities

- قلة المنافسة الرقمية في دمنهور.
- زيادة إقبال الشباب على الكافيهات الليلية.
- إمكانية التعاون مع مؤثرين محليين.
- فرصة التوسع في بيع البن أونلاين.
- إمكانية إنتاج محتوى تريندي على تيك توك.



## Threats

- وجود منافسين كبار بمحتوى منتظم وتفاعل أعلى.
- ارتفاع أسعار البن عالمياً.
- انخفاض القوة الشرائية حالياً في السوق المحلي.
- المنافسة القريبة من مطاعم وكافيهات أخرى.



# • How We Deliver Value ?



## المُنْتَج - Product

- يقدم قهوة عالية الجودة محمصة بعناية
- تشكيلة متنوعة من المشروبات الساخنة والباردة
- بيع البن المحلي بجودة ثابتة
- تجربة مميزة داخل الكافيه مع خدمة جيدة وطابع محلي مميز



## المَكَان - Place

- موقع استراتيجي أمام نقابة الأطباء في دمنهور
- بالقرب من مستشفى مدرسة أكاديمية مما يزيد حركة الزوار
- منطقة سكنية تضم طلاباً وموظفي وأسر



## السَّعْر - Price

- أسعار مناسبة ومعقولة للجمهور المستهدف
- قيمة ممتازة مقابل الجودة
- أسعار تنافسية مقارنة بالكافيهات القريبة



## الْتَّروِيج - Promotion

- حضور رقمي قوي يدعم نجاح التطوير على Facebook Instagram
- إمكانية رفع جودة المنتج في ذهن الزبون عبر محتوى احترافي
- حملات مدفوعة تستهدف جمهور عمر محدد
- الاعتماد على الزيارات المباشرة فقط دون استراتيجيات تسويق متكاملة

# Brand Identity



## (Tone of Voice) نبرة التواصل

- نبرة غير رسمية وودودة
- حيوية ومرحة
- نبرة موسمية حسب المناسبات والأحداث (امتحانات - طقس - مناسبات)



## (Color Palette) ألوان الهوية

- ألوان دافئة أساسية تعكس جودة البن



كافيرن  
99

## (Brand Values) قيم البراند

- الجودة العالية
- الأصالة
- الود والدعم الاجتماعي



## (Brand Personality) شخصية البراند

- صديق مميز يجمع بين الاحترافية والود
- أسلوب عصري يعرف جمهوره جيداً

## (Brand Vision) رؤية البراند

- أن يكون الوجهة المفضلة لتجربة قهوة تجمع بين الجودة الكلاسيكية والطابع العصري



## (Brand Mission) رسالة البراند

- توفير مكان شامل يجمع بين جودة القهوة وتنوع المشروبات
- خلق تجربة اجتماعية ممتعة تناسب جميع الأذواق والأوقات

# Target Audience

## Primary Target Audience



- **العمر:** من 20 إلى 28 سنة



- **النوع:** ذكور وإناث



- **الموقع الجغرافي:**  
دمنهور والمناطق القرية منها



- **الحالة الاجتماعية:** أغلبهم طلبة أو موظفين في بداية حياتهم المهنية

• **الاهتمامات:** يحبوا القعدة مع الصاحب، المود الهاجري، الموسيقى الخفيفة، تيك أواي، السهر في الكافيهات



• **السلوك الرقمي:** متواجدين بشكل كبير على إنستجرام وتيك توك، يتفاعلوا مع الرييلز والفيديوهات القصيرة



• **الاحتياج الأساسي:** مكان شبابي بأسعار مناسبة ومود مميز



الاسم: أحمد عبد الرحمن

العمر: 22 سنة

الوظيفة: طالب في كلية تجارة - جامعة دمنهور

الدخل الشهري: 2500-3500 جنيه

مكان الإقامة: دمنهور

الفئة الاجتماعية (Class): B

الاهتمامات: الخروج مع الأصدقاء - تجربة مشروبات جديدة - التصوير ونشر الريلز

استخدام السوشيال ميديا يومياً على إنستجرام وتيك توك - متابعة تريندات القهوة والكافيهات

سلوكها كمستهلك: يفضل الأماكن ذات الـ *vibe* اللطيف والأسعار المعقولة - يشارك صور القهوة والمكان



أحمد عبد الرحمن

الرسالة التسويقية: "كافيين 99.. المكان اللي بيضبط مودك بعد الكلية"

# Secondary Target Audience

العمر: من 28 إلى 40 سنة

النوع: ذكور وإناث

الموقع الجغرافي: دمنهور وضواحيها



الحالة الاجتماعية: موظفين متزوجين  
أو في بداية حياتهم الأسرية



الاهتمامات: القهوة الكلاسيكية،  
الهدوء، الجودة، التجربة الراقية



السلوك الرقمي: يستخدموا فيسبوك  
بشكل رئيسي، وأحياناً إنستجرام



الاحتياج الأساسي: مكان هادي يقدم قهوة ممتازة بعيد عن الزحمة



الاسم: مها السيد

العمر: 33 سنة

الوظيفة: موظفة في شركة تسويق

الدخل الشهري: 9000-7000 جنيه

مكان الإقامة: دمنهور

الفئة الاجتماعية (Class A)

الاهتمامات: بتحب القهوة الصبح قبل الشغل - بتدور على أماكن هادبة ونظيفة - تفضل خدمة محترمة

استخدام السوشيال ميديا: تتابع فيسبوك بانتظام - بتقرأ تقييمات الناس قبل زيارة أي مكان

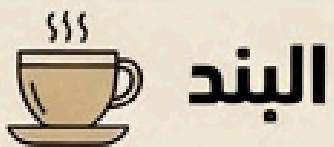
سلوكها كمستهلك: بتختار الكافيه بناءً على جودة البن وراحة المكان - بتطلب مشروبات ثابتة زي اللاتيه والكابتشينو



مها السيد

الرسالة التسويقية: "ابدئي يومك بقهوة كافيين 99.. المذاق الأصلي للبن المحلي الفاخر"

# Segmentation Summary



البند



الفئة الأولى (الشباب)



الفئة الثانية (الموظفين)



الفئة العمرية

سنة 20-28

سنة 40-28



الحالة الاجتماعية

طالب - أعزب

موظف - متزوج



المنصة الأساسية

تيك توك + إنستجرام

فيسبوك



الاهتمامات

المود - السهر - الأصحاب

الجودة - الراحة - القهوة الصباحية



الرسالة التسويقية

مودك على مزاجك في كافيين 99

قهوة بتبدأ بيها يومك بثقة



الوقت الأفضل للنشر

م7 - 1ص

ص10 - 2ظ

# SMART Goals:

الهدف	→ الوضع الحالي	الهدف خلال 3 شهور	المعيار الرقمي (KPIs)
زيادة عدد المتابعين على فيسبوك 	802 متابع	1082 متابع (%35+)	عدد المتابعين الشهري
زيادة معدل التفاعل 	0.50%	2%	متوسط التفاعل على كل منشور
زيادة عدد المشاهدات على Reels 	محدود جداً	10,000 مشاهدة شهرياً	Reels Views
نشر محتوى منتظم 	غير ثابت	3-4 منشورات أسبوعياً	عدد المنشورات شهرياً
رفع معدل النشر على Stories 	غير منتظم	نشر يومي متنوع	عدد الـ Stories اليومية
تشجيع العملاء على التفاعل (UGC) 	0	5 منشورات عملاء شهرياً	Customer Mentions
زيادة تقييمات فيسبوك 	0 تقييم	10 تقييمات إيجابية	Facebook Reviews
تحفيز الطلب على التيك أواي 	محدود	زيادة 15-20% في المبيعات	Sales Growth

# Content Strategy

## أهداف المحتوى الأساسية:

• رفع الوعي: %55 – Awareness  
نشر محتوى تعريفي عن المكان، جودة البن،  
وأجواء الكافيه.

• خلق تفاعل: Engagement – %45

مشاركة المتابعين في التريندات،  
الاستفتاءات، والمسابقات.

## الهدف العام:

بناء هوية رقمية قوية لبراند كافيين 99  
على السوشIAL ميديا، تعكس روح المكان،  
ومكان ومدود القهوة، وتستهدف فئتين  
أساسيتين من الجمهور (الشباب والموظفين)  
بمحتوى واقعي، شبابي، ومصري اللهجة



# Week Plan :



المحتوى  
الأسبوعي



أوقات النشر  
المثلث

- عدد المنشورات: 3-4 بوستات أسبوعياً
- Reels: 2 أسبوعياً
- Stories يومياً

- للشباب: 7 مساءً - 1 صباحاً
- للموظفين: 10 صباحاً - 2 ظهراً



# Types Of The Content:

## الهدف

زيادة التفاعل والوعي

إبراز جودة المنتج

خلق علاقة مع الجمهور

صدقية وتفاعل واقعي

تحفيز الزيارة والطلب

بناء ثقة ومعرفة

## الوصف

لقطات من تحضير القهوة والمود داخل المكان

تصوير المشروبات والأكل بجودة عالية

أسئلة، يوميات الستاف، Polls

صور أو فيديوهات من الزائرين

عروض أسبوعية أو أيام مميزة

معلومات عن أنواع البن أو طرق التحضير

## النوع

الشبابية Reels



صور احترافية للمنتجات



تفاعلية Stories



محتوى عملاء (UGC)

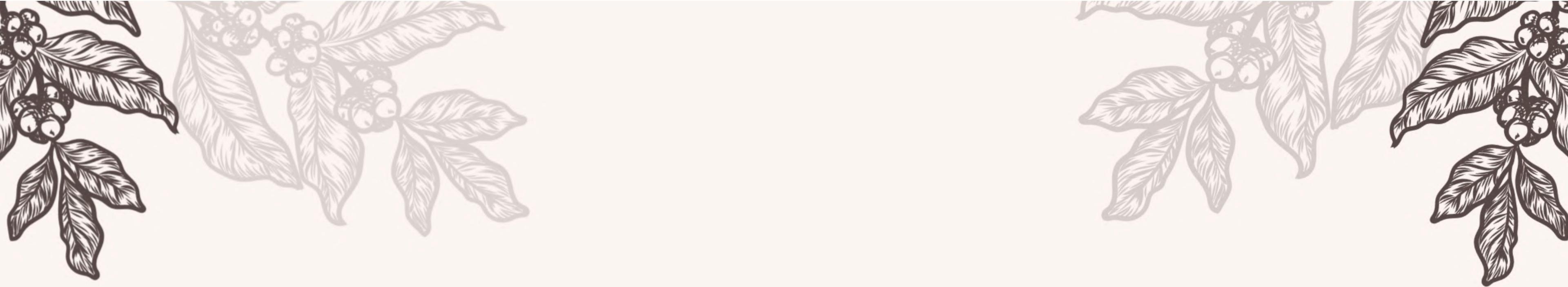


بوستات عروض أو مناسبات



محتوى تعليمي بسيط





# RESULT

# المحتوى الذي تم نشره خلال أول 20 يوم



إعلان ممول لفيديو بروموجو  
برومو تعريفي عن المكان

تم تشغيله لمدة 3 أيام بميزانية بسيطة 300 ج



نشر بوست عبارة عن  
عرض مخصص للطلاب

محتوى أورجانيك بدون تمويل



نشر ريل احترافي لمنتج من  
منتجات البراند وهو منتج الإيسبريسو

محتوى أورجانيك



نشر ريل احترافي لمنتج من  
منتجات البراند وهو منتج ايس لاتيه

محتوى أورجانيك

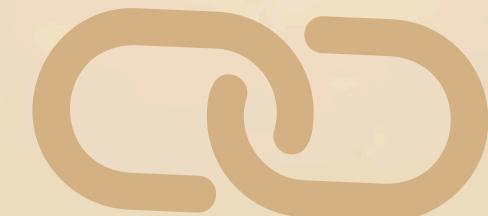
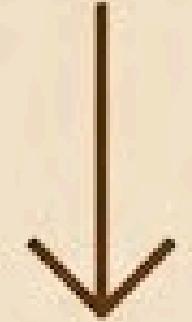


نشر العديد من الأستوريز بمعدل 1 كل يوم





# CONTENT LINK





Kaffiene 99 Coffee Store  
تم النشر بواسطة Mazen Abonar ٣٠٤ ·  
بدأت امتحانات و Miznooc في الميد تبرم؟  
ما تقلقنى كافيين 99 على تاسيبك و عملك خصم 11% على اي متروب لطلبة جامعة دمنهور بالكارزى الجامعى  
عرض المزيد

إنشاء إعلان

٨ تعليقات ٤ مشاركات

عرض الرؤى

TV 📺



إرسال رسالة

MESSENGER

إنشاء إعلان

عرض الرؤى

٢٥٦٣١ ٣٠٤ ·

Kaffiene 99 Coffee Store

تم النشر بواسطة Mazen Abonar ٤٠٤ ·

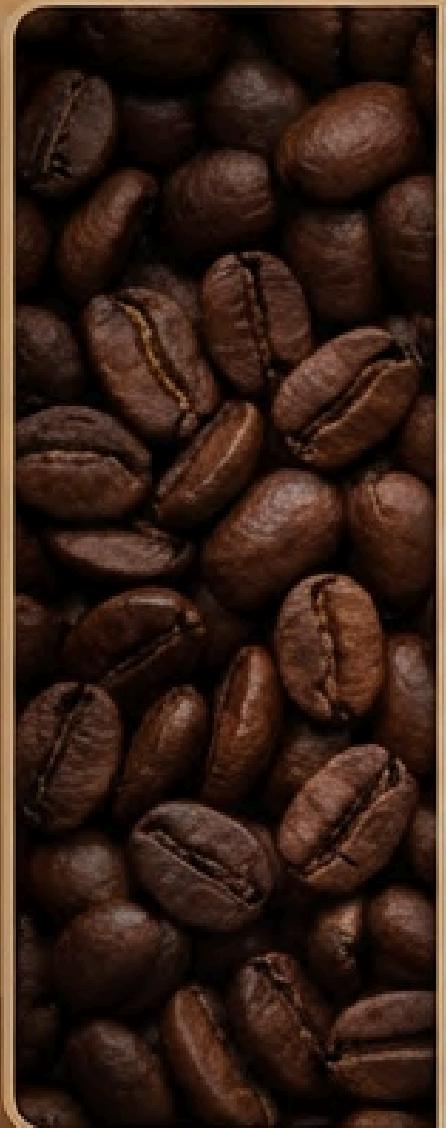
قهوة بجودة عالية ومكان هنخس فيه إلك فى ييلك الثاني .. عرض المزيد



عرض المزيد

# Kaffiene 99 Performance Insights Before and After

## BEFORE



< Insights      📅    f -

Your Facebook views decreased by **72.2%** in the selected time period

Views	Content interactions
54 <span style="color:red">↓ 72.2%</span>	0 <span style="color:grey">.. 0%</span>
Messaging contacts	Follows
2 <span style="color:green">↑ 100%</span>	0 <span style="color:grey">↓ 100%</span>

Top content by views

**No content to show during this time period**

Try selecting a different time period or create new content.

Create post



## AFTER

< Insights      📅    f -

Your Facebook views increased by **4,116%** in the last 28 days

Views	Content interactions
33.4K <span style="color:green">↑ 4.116%</span>	1.0K <span style="color:green">↑ 100%</span>
Messaging contacts	Follows
8 <span style="color:green">↑ 300%</span>	135 <span style="color:green">↑ 2.6%</span>

Top content by views See all

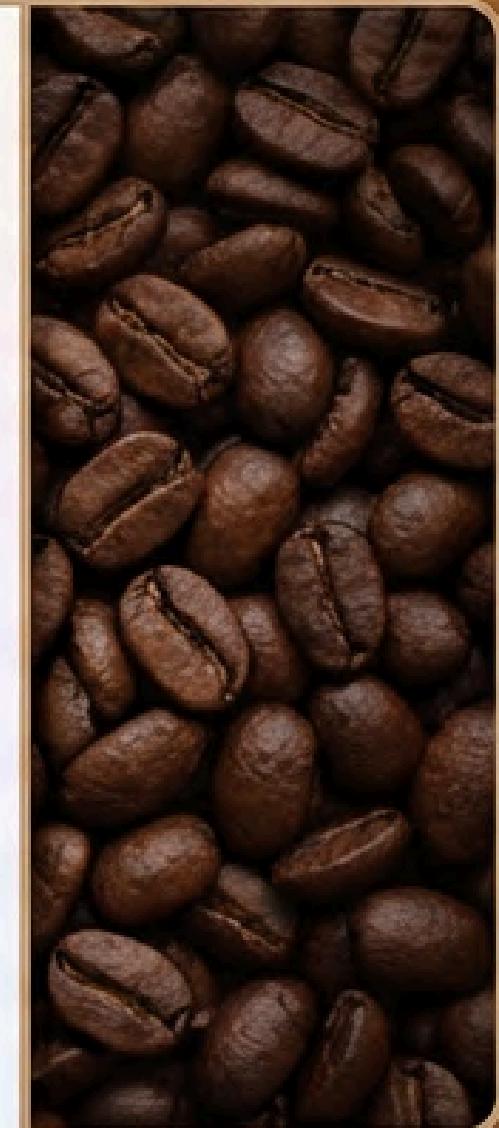
26.1K

10.5K

7.8K

0.8K

0.0K





[View insights](#)

[Boost post](#)

7 8 1 2

kaffiene99

بدات امتحانات ومرنوقي في العيد نيرم؟  
ما تخلفش كافيين ٩٩ ملن ناسينك و عملك خصم ١/١٥ على اي مطروب لطالية  
جامعة دمنهور بالكارنيه الجامعي 😊

دمنهور - أمام نقابة الأضاء

بلا تعال داوقق خد بزنك واخحن طافنك علشان تكميل مذاكريك وانت راقق

العرض ساري داخل المكان او تيك اوافق ومنتسباش الكاريه

#Caffiene99 #coffeeloversclub #damanhour #كافيين #دمنهور

قهوة #عروض



74.9K · View insights

[Boost post](#)

462 149 8 10

Liked by rahmaeldomiaty and others

kaffiene99

قهوة بجودة عالية ومكان هنحصل فيه إلك في يبنك الثاني  
كافيين ٩٩.. النجربة اللي لازم تعيشها بنفسك 🔥

دمنهور - أمام نقابة الأطباء  
تعالي وجوب بنفسك داوقق

#Coffiene99 #صنف99 #coffeelovers

#coffeeloversclub #damanhour #kaffiene99 #egypt #

rahmaeldomiaty ❤️

coffeeart



10.2K · View insights

[Boost post](#)

46 20 1 1

kaffiene99

اول ما صوت ام كالوم بشنفل والهو بيتشي برد تعرف ان وقت

الإسبريسو جه

دقاعراغ، الاست بنخفق والإسبريسو يبحكي

كافيين ٩٩ الشنا بطعم المراج.

جرب الإسبريسو يناهنا واستمتع بالأجواء الشنوية

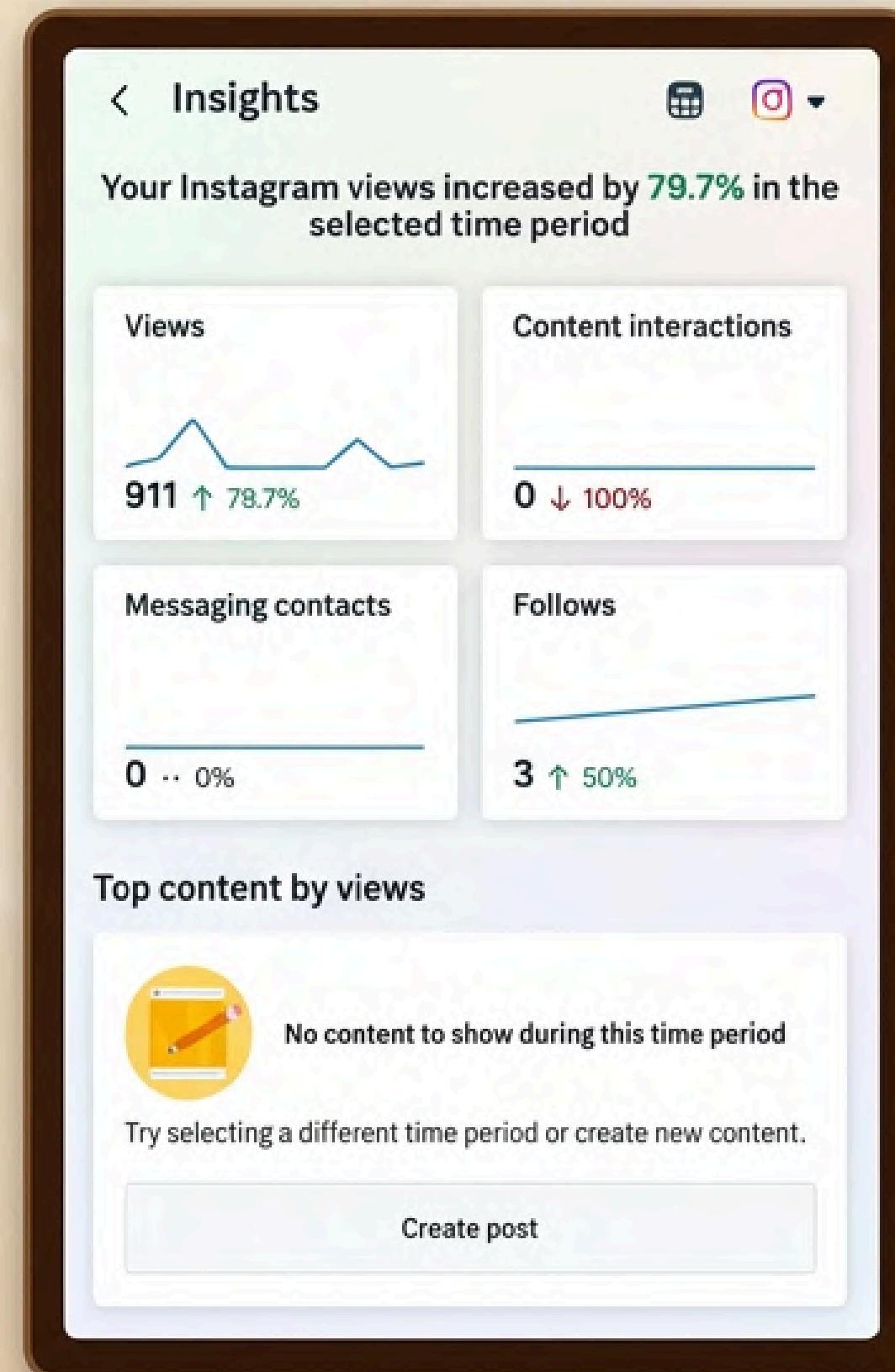
كافيين ٩٩ نقابة الأطباء

دمنهور امام نقابة الأطباء

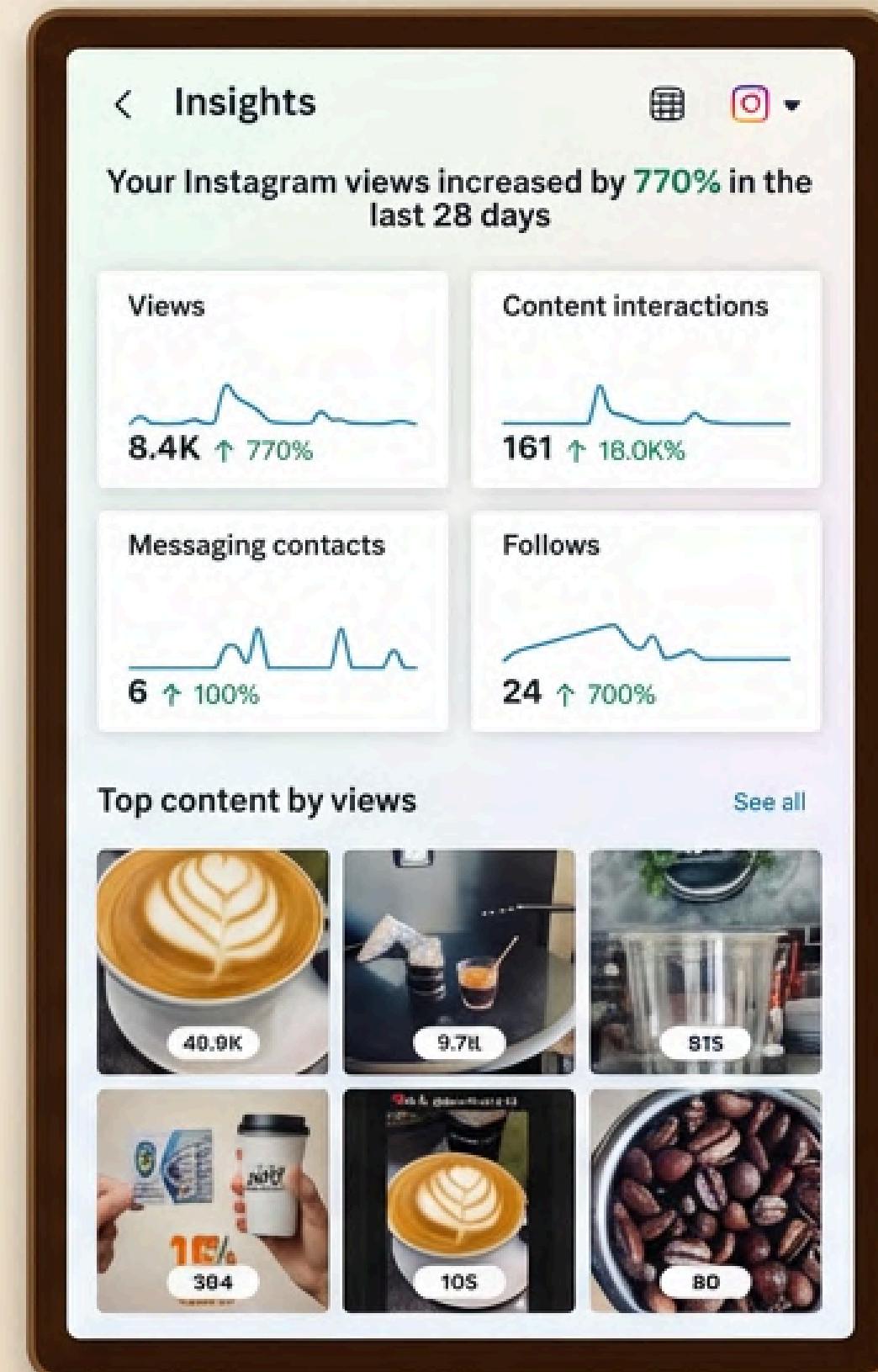
#kaffiene99 #coffeeloversclub #damanhour #كافيين #دمنهور #قهوة #عاصمة مصر

# Kaffiene 99 Performance Insights Before and After

BEFORE



AFTER



# Reach and Growth Performance

المقياس	المنصة	قبل	بعد	التغيير المطلق	التغيير (%)
المشاهدات (Views)	فيسبوك	54	33,400	↑ 33,346	↑ 61,752%
المشاهدات (Views)	إنستغرام	911	8,400	↑ 7,489	↑ 822%
الوصول (Reach)	إنستغرام	20	2,000	↑ 1,980	↑ 9,800%
الزيارات (Visits)	فيسبوك	166	1,500	↑ 1,334	↑ 804%
المتابعين (Followers)	فيسبوك	802	937	↑ 135	↑ 16.8%
المتابعين (Followers)	إنستغرام	1,190	1,214	↑ 24	↑ 2.0%

# نتائج أول 20 يوم مقارنة بالهدف خلال 90 يوم

## الهدف خلال 90 يوم

- زيادة المتابعين بنسبة 35%
- رفع معدل التفاعل إلى 2%
- 10000 مشاهدة Reels شهرياً
- 3 إلى 4 منشورات شهرياً
- نشر يومي لستوريات
- 5 محتوى UGC شهرياً
- 10 تقييمات إيجابية
- زيادة المبيعات 15% إلى 20%

## تم التحقيق خلال أول 20 يوم

54		33,400	مشاهدات فيسبوك
911		8,400	مشاهدات إنستجرام
20		2,000	وصول إنستجرام
166		1,500	زيارات صفحة فيسبوك
802		937	متابعين فيسبوك
1,190		1,214	متابعين إنستجرام

مؤشرات تؤكد أن الخطة تسير في اتجاه تحقيق هدف الـ90 يوم: النمو سريع، التفاعل أعلى من المتوقع، الوصول تضاعف، المحتوى يولد طلبات مباشرة.



## التوصيات المطلوبة

- إعادة استهداف الـ15 Lead بعرض قصيرة
- تمويل الريل الأفضل أداءً بميزانية بسيطة
- متابعة أسبوعية للطلبات والرسائل
- زيادة إنتاج الرييل إلى 3 أسبوعياً
- 4 ستوريات يومياً
- رفع UGC إلى 10 شهرياً

15	رسائل واستفسارات
40	مشاركات وإعادة نشر
7	UGC مقدم من العملاء
13	طلبات نتجت عن المحتوى



**THANK YOU**