



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 حيوي أمام نقابة الأطباء بدمنهور، ويتميز بجودة البن العالية وأسعاره المناسبة. رغم قوة المنتج والموقع، إلا أن الوجود الرقمي للبراند ما زال محدودًا ولا يعكس إمكانياته الحقيقية.



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





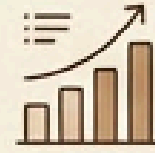
Market research:



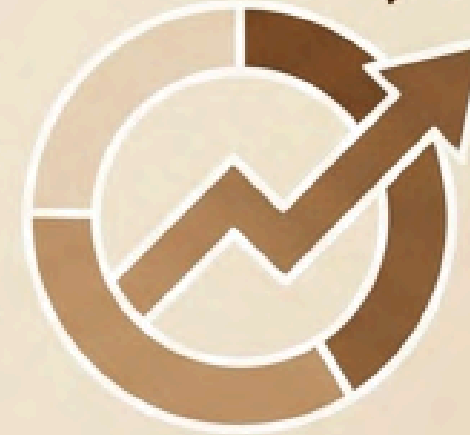
1. Market Size



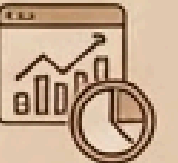
حجم السوق في 2024 هو
1,029.1 مليون دولار،
المتوقع في 2030 يصل
إلى 1,956.3 مليون دولار.






معدل النمو
من 2025 إلى
إلى 2030 هو
11.3%



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

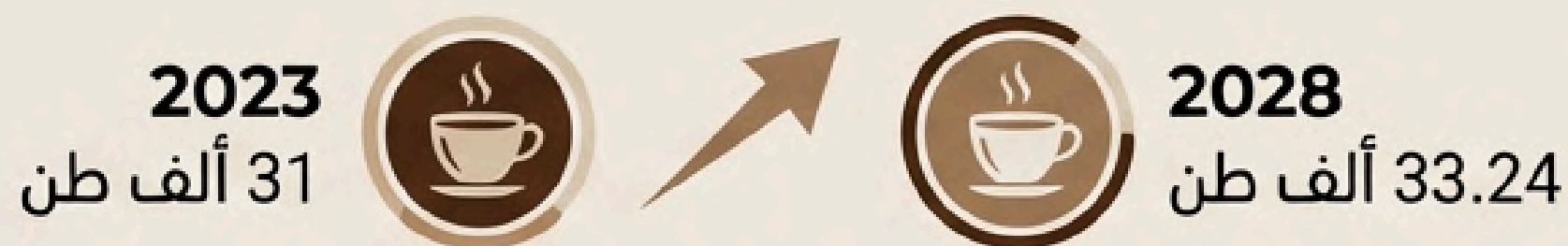


(Insights)

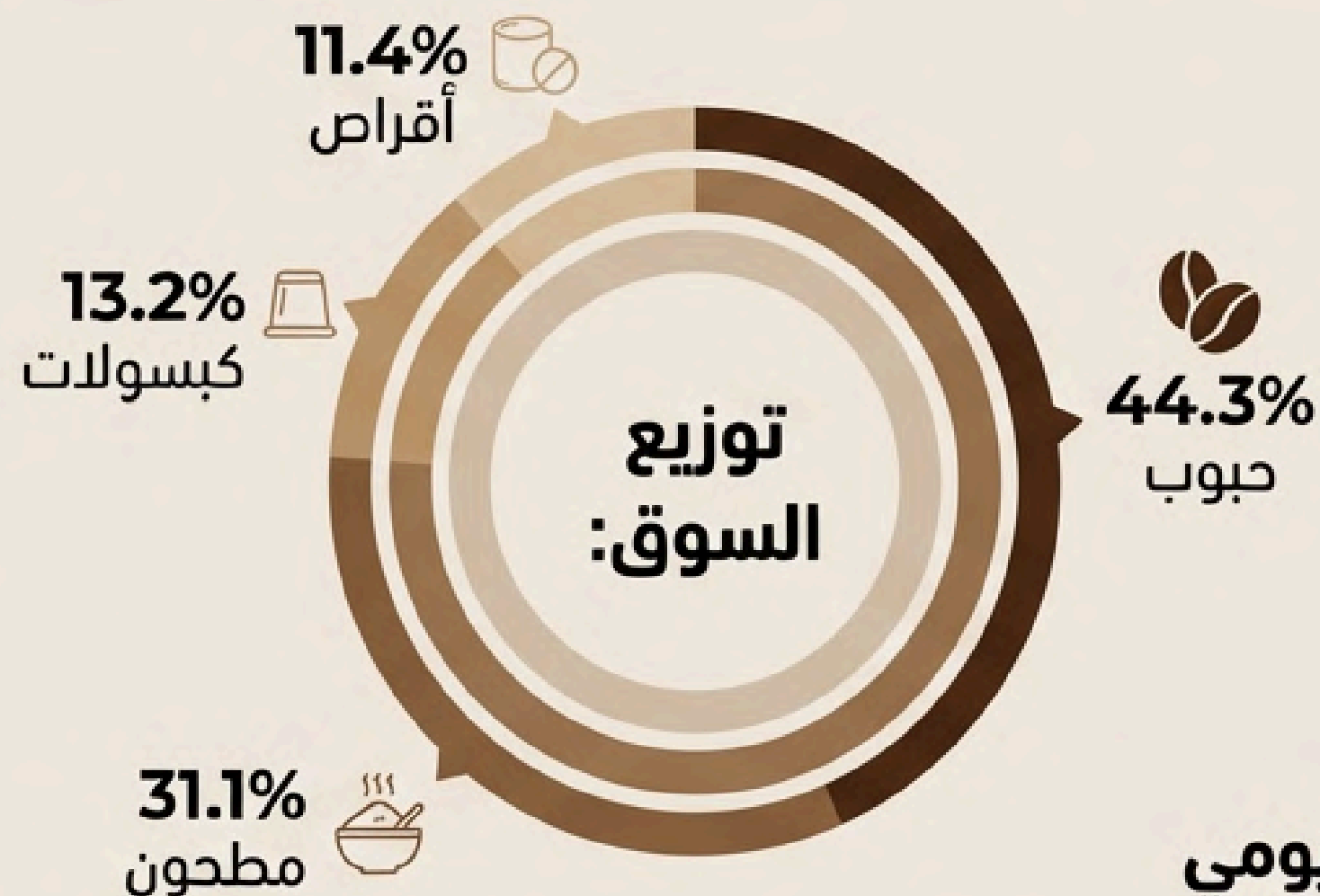
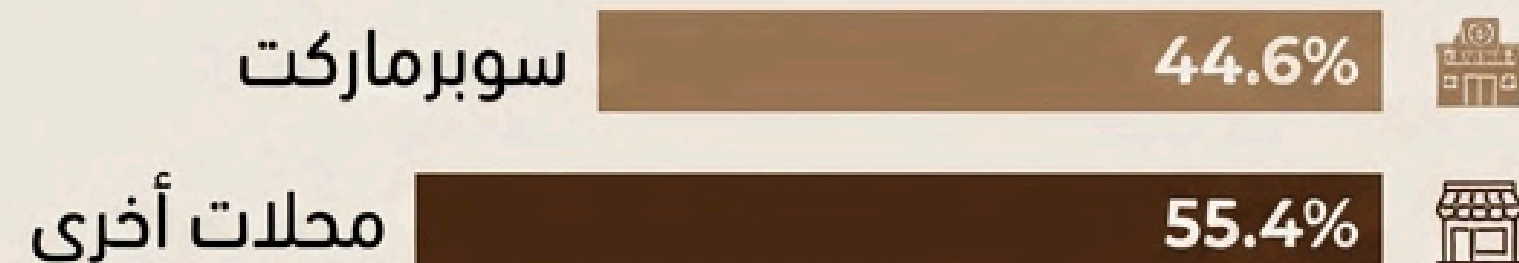
- السوق ينمو بسرعة والطلب بقى جزء من أسلوب الحياة 
- التوسع الكبير المتوقع يفتح فرص واضحة للعلامات الجديدة 
- زيادة سوق القهوة المحمصة بتوضح اهتمام أكبر بالجودة والنكهة 

2. Market Trends

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



قنوات البيع



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

3. Consumer Behavior

الشباب 20-30 يمثلوا 40-50% من الزوار

نسبة عدم الطلب داخل الكافيهات 54%

نسبة عدم الطلب داخل الكافيهات 54%

78% من المبيعات مشروبات



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 والديليفري 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 , ستايسا , 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 جنية
- 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 جنية
- 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 جنية
- لديه وجود رقمي لكنه غير فعال، النشاط شبه معدوم.
- التأثير الرقمي على السوق محدود بسبب غياب التفاعل



Cupz Caffee



- عدد المتابعين: 1,354
- معدل التفاعل: 0.22%
- سعر كوب القهوة: 30 جنية
- 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 جنية
- 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
مازال مستقرًا.



Political



استقرار نسبي وتشجيع الدولة للمشروعات
الصغيرة والمطاعم.

Technological



الاعتماد المتزايد على السوشيال ميديا، وانتشار
محتوى TikTok و Reels.

Social



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



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 عاليه



Weaknesses

- ضعف التواجد الرقمي علي منصات التواصل الاجتماعي وغياب التفاعل .
- قلة استخدام الفيديوهات القصيرة (Reels / UGC) .
- 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 عالميًا.
- انخفاض القوة الشرائية حاليًا في السوق المحلي.
- المنافسة القريبة من مطاعم وكافيهات أخرى



• How We Deliver Value ?



المنتج – 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



المكان – Place

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



السعر – Price

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



الترويج – Promotion

- حضور رقمي قوي يدعم نجاح التطوير على Facebook و 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



نبرة التواصل (Tone of Voice)

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



قيم البراند (Brand Values)

- الجودة العالية
- الأصالة
- الود والدعم الاجتماعي



شخصية البراند (Brand Personality)

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



ألوان الهوية (Color Palette)

- ألوان دافئة أساسية تعكس جودة البن



رؤية البراند (Brand Vision)

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



رسالة البراند (Brand Mission)

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



كافيين

Target Audience

Primary Target Audience



• **العمر:** من 20 إلى 28 سنة



• **النوع:** ذكور وإناث



• **الموقع الجغرافي:**
دمنهور والمناطق القريبة منها

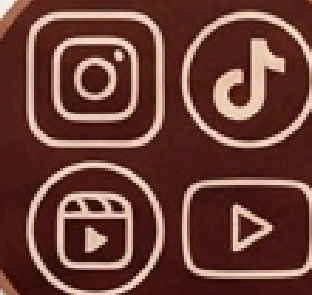


• **الحالة الاجتماعية:** أغلبهم طلبة أو موظفين في بداية حياتهم المهنية

• **الاهتمامات:** يحبوا القعدة مع أصحاب،
المود الهادي، الموسيقى الخفيفة،
التيك أواي، السهر في الكافيهات



• **السلوك الرقمي:** متواجدين بشكل كبير
على إنستجرام وتيك توك، بيتفاعلوا
مع الريلز 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 يوميًا على إنستجرام وتيك توك - متابعة تريندات القهوة والكافيهات

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

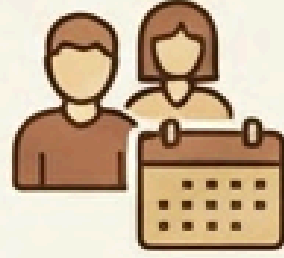


أحمد عبد الرحمن

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



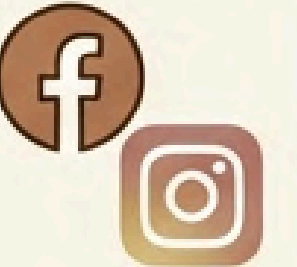
الحالة الاجتماعية: موظفين متزوجين
أو في بداية حياتهم الأسرية



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





مها السيد

الاسم: مها السيد

العمر: 33 سنة

الوظيفة: موظفة في شركة تسويق

الدخل الشهري: 7000-9000 جنيه

مكان الإقامة: دمنهور

الفئة الاجتماعية (Class) A

الاهتمامات: بتحب القهوة الصبح قبل الشغل - بتدور على أماكن هادية 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

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

Segmentation Summary



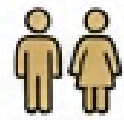
البند



الفئة الأولى (الشباب)



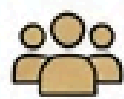
الفئة الثانية (الموظفين)



الفئة العمرية

سنة 20-28

سنة 28-40



الحالة الاجتماعية

طلاب - 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

7م - 1ص

10ص - 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 جدًا	10,000 مشاهدة شهريًا	Reels Views
نشر محتوى منتظم 	غير ثابت	3-4 منشورات أسبوعيًا	عدد المنشورات شهريًا
رفع معدل النشر على Stories 	غير منتظم	نشر يومي متنوع	عدد الـ Stories اليومية
تشجيع العملاء على التفاعل (UGC) 	0	5 منشورات عملاء شهريًا	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:

الهدف العام:

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

• Engagement - خلق تفاعل: 45% 
مشاركة المتابعين في التريندات،
الاستفتاءات، والمسابقات.

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



Week Plan :



المحتوى
الأسبوعي

- عدد المنشورات: 3-4 بوستات أسبوعيًا
- Reels: 2 أسبوعيًا
- Stories: يوميًا



أوقات النشر
المثلى

- للشباب: 7 مساءً - 1 صباحًا
- للموظفين: 10 صباحًا - 2 ظهرًا



Types Of The Content:

النوع	الوصف	الهدف
الشبابية Reels 	لقطات من تحضير القهوة والمود داخل المكان	زيادة التفاعل والوعي
صور احترافية للمنتجات 	تصوير المشروبات والأكل بجودة عالية	إبراز جودة المنتج
تفاعلية Stories 	أسئلة، يوميات الستاف، Polls	خلق علاقة مع الجمهور
محتوى عملاء (UGC) 	صور أو فيديوهات من الزبائن	مصدقية وتفاعل واقعي
بوستات عروض أو مناسبات 	عروض أسبوعية أو أيام مميزة	تحفيز الزيارة والطلب
محتوى تعليمي بسيط 	معلومات عن أنواع البن أو طرق التحضير	بناء ثقة ومعرفة



RESULT

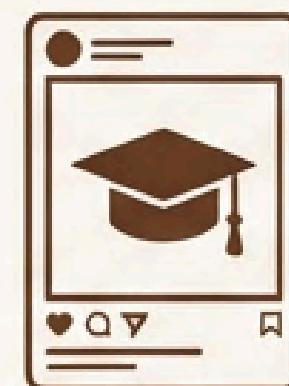


المحتوى الذي تم نشره خلال أول 20 يوم



**إعلان ممول لفديو برومو
برومو تعريفى عن المكان**

تم تشغيله لمدة 3 أيام بميزانية بسيطة 300 ج



**نشر بوست عبارة عن
عرض مخصص للطلاب**

محتوى أوركانيك بدون تمويل



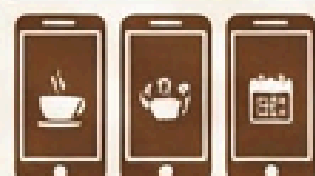
**نشر ريل احترافي لمنتج من
منتجات البراند وهو منتج الإيسبريسو**

محتوى أوركانيك



**نشر ريل احترافي لمنتج من
منتجات البراند وهو منتج ايس لاتييه**

محتوى أوركانيك

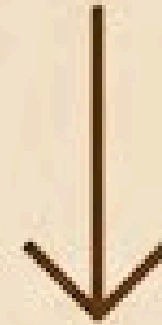


نشر العديد من الاستوريز بمعدل 1 كل يوم





CONTENT LINK



৯৯



...

Kaffiene 99 Coffee Store

تم النشر بواسطة Mazen Abonar · 3 ي ·



بدأت امتحانات ومزنون في الميد تهرم؟
ما تغفلن كافيين 99 على تاسييك و عملك خصم 11% على اي متدروب لطلبة جامعة دمنهور بالكارتبه الجامعي
... عرض المزيد



إنشاء إعلان

عرض الرؤى

8 تعليقات 4 مشاركات

TV

...

Kaffiene 99 Coffee Store

تم النشر بواسطة Mazen Abonar · 4 ي ·



قهوة بجودة عالية ومكان هتخس فيه إلك في بيتك الثاني ☺
كافيين 99. التجربة اللي لازم تعيشها بنفسك ☺ .. عرض المزيد



إرسال رسالة

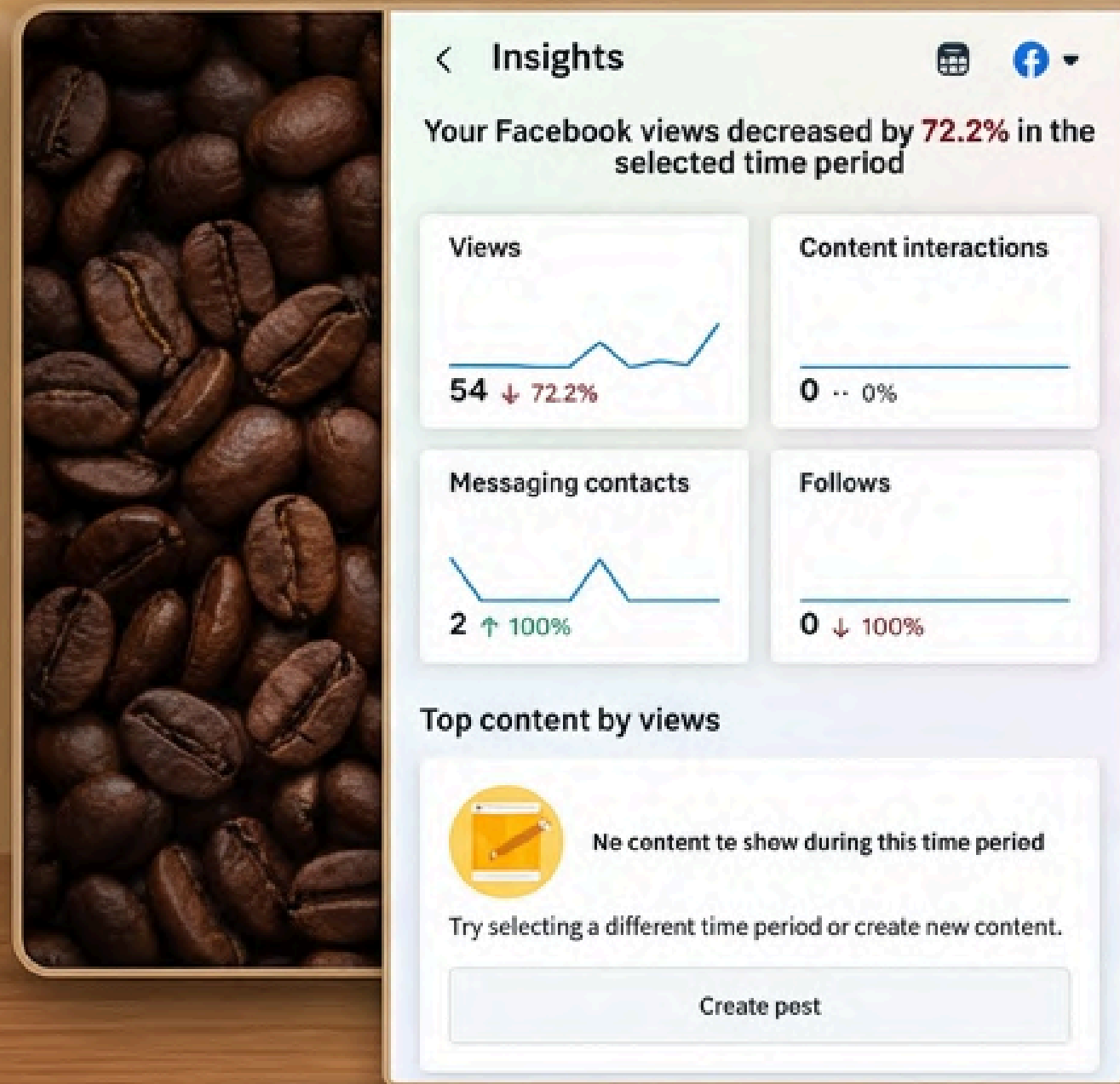
MESSANGER

إنشاء إعلان

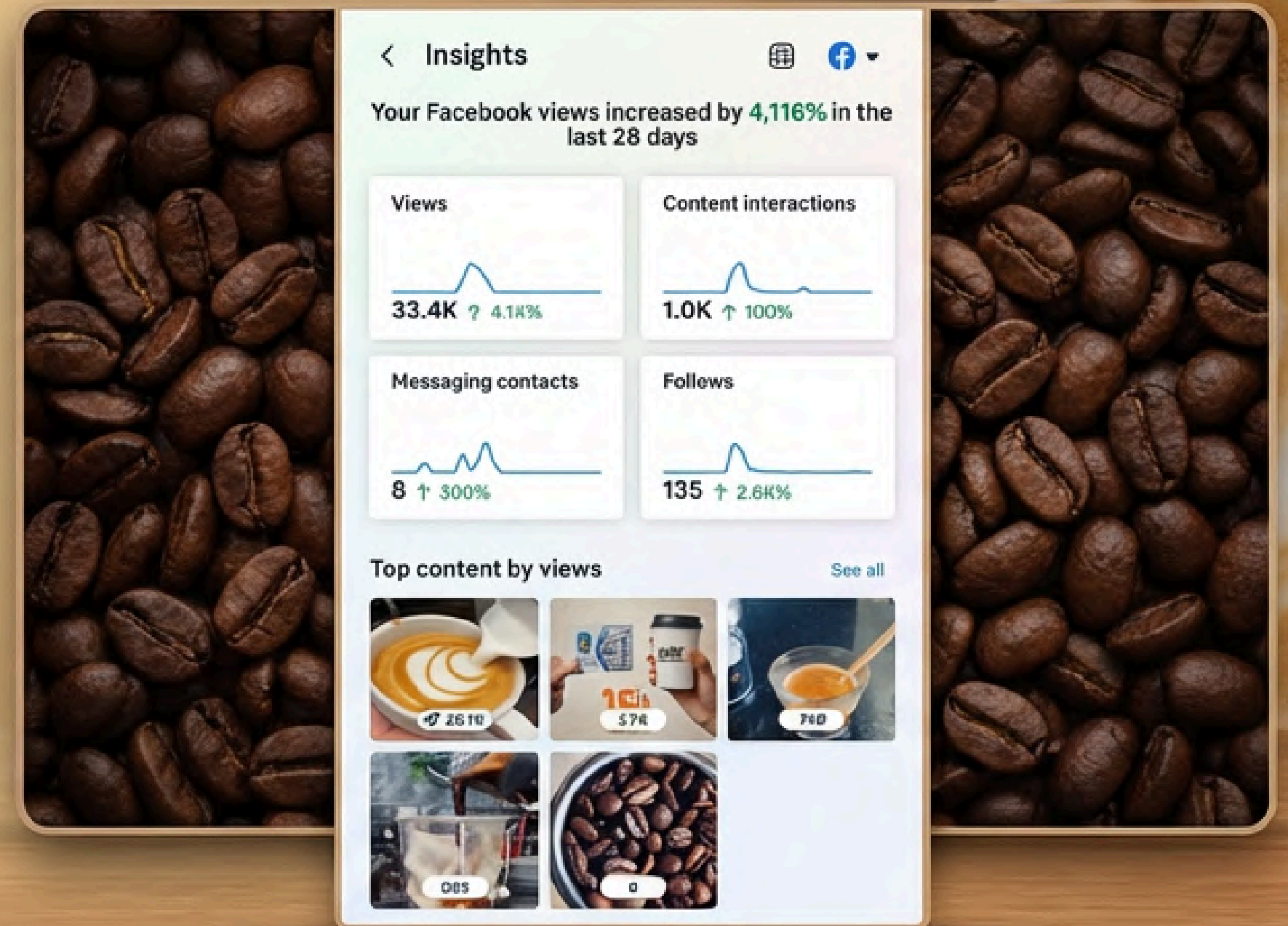
عرض الرؤى

Kaffiene 99 Performance Insights Before and After

BEFORE



AFTER





15% خصم الطلب على المشروبات

View insights Boost post

7 8 1 2

kaffiene99

هدات امتحانات ومبرنولي في العيد نورم؟
ما تقافش كافيين 99 ملن ناسيك و عملك خصم 1/15 على اي مشروب لطاية
جامعة دمنهور بالكارتية الجامعي 🎓🍷

دمنهور - أمام نقابة الأطباء

بلا تعالى داووق خد برنك واخن طاقتك علشان تكمل مذكرك وانت رابق 🍷

العرش ساري داخل المكان او تيك اواق ومنتساش الكارايه 🍷

#Caffiene99 #damanhour #coffeeloversclub #دمنهور #قهوة #عروض



74.9K · View insights Boost post

462 149 8 10

Liked by rahmaeldomiatty and others kaffiene99

قهوه بجودة عالية ومكان هنعص فيه إلك في بينك الثاني 🍷
كافيين 99.. التجربة اللي لازم تعيشها بنفسك 🍷

دمنهور - أمام نقابة الأطباء
نعالى وجوب بنفسك داووق 🍷

#Coffeine99 #دمنهور #coffeelovers
#coffeeloversclub #damanhour #kaffiene99 #قهوة
rahmaeldomiatty 🍷🍷🍷🍷



10.2K · View insights Boost post

46 20 1

kaffiene99

اول ما صوت أم كالوم بشتغل والحو ييشى برد نعر ان وقت
الإسبريسو جه 🍷
ذقاهراج، الست بنفق والإسبريسو يبحكي 🍷

كافيين 99 الشنا بطعم المراج.

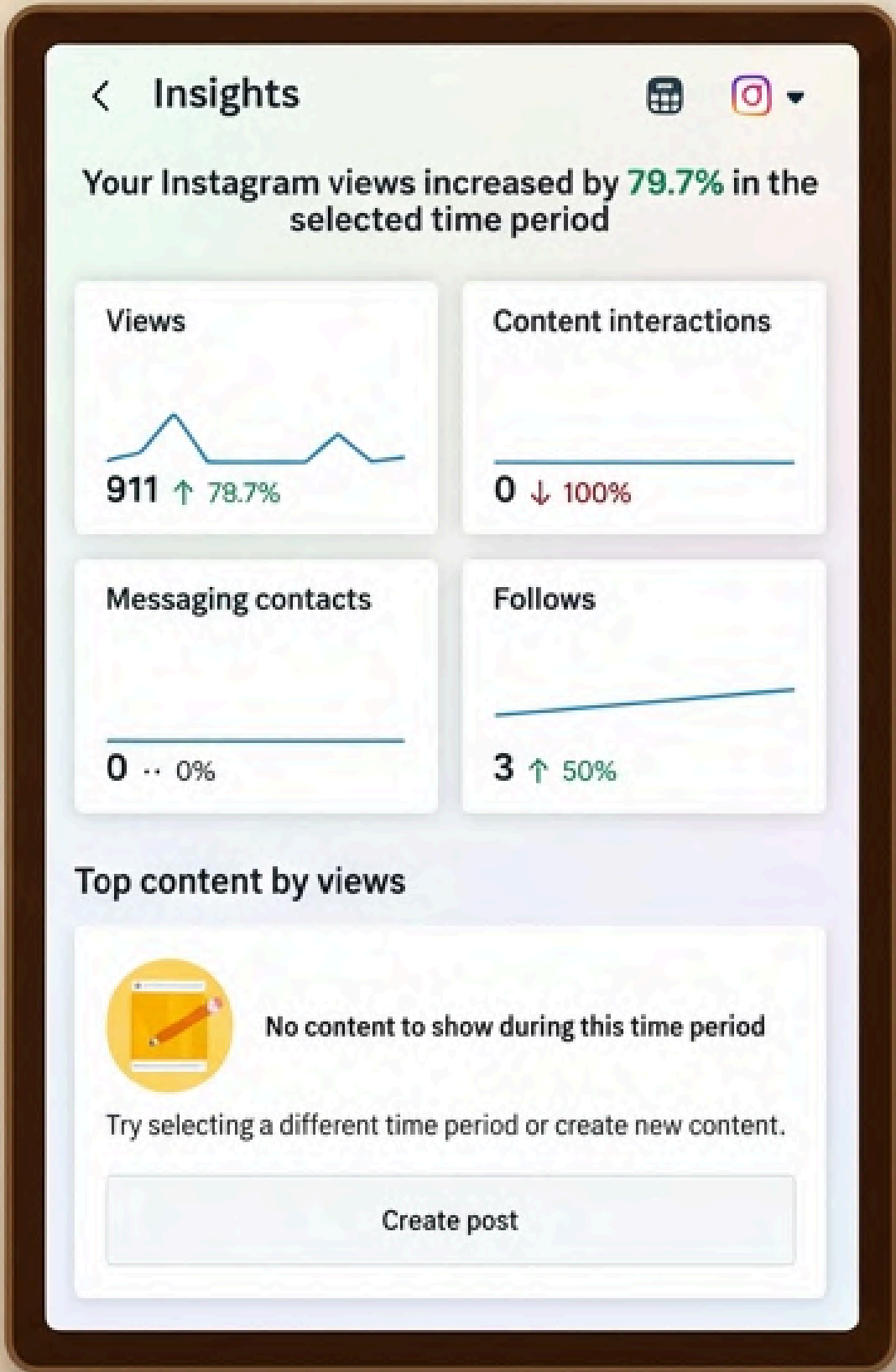
جرب الإسبريسو بناهنا واستمتع بالأجواء الشنوية

دمنهور امام نقابة الأطباء

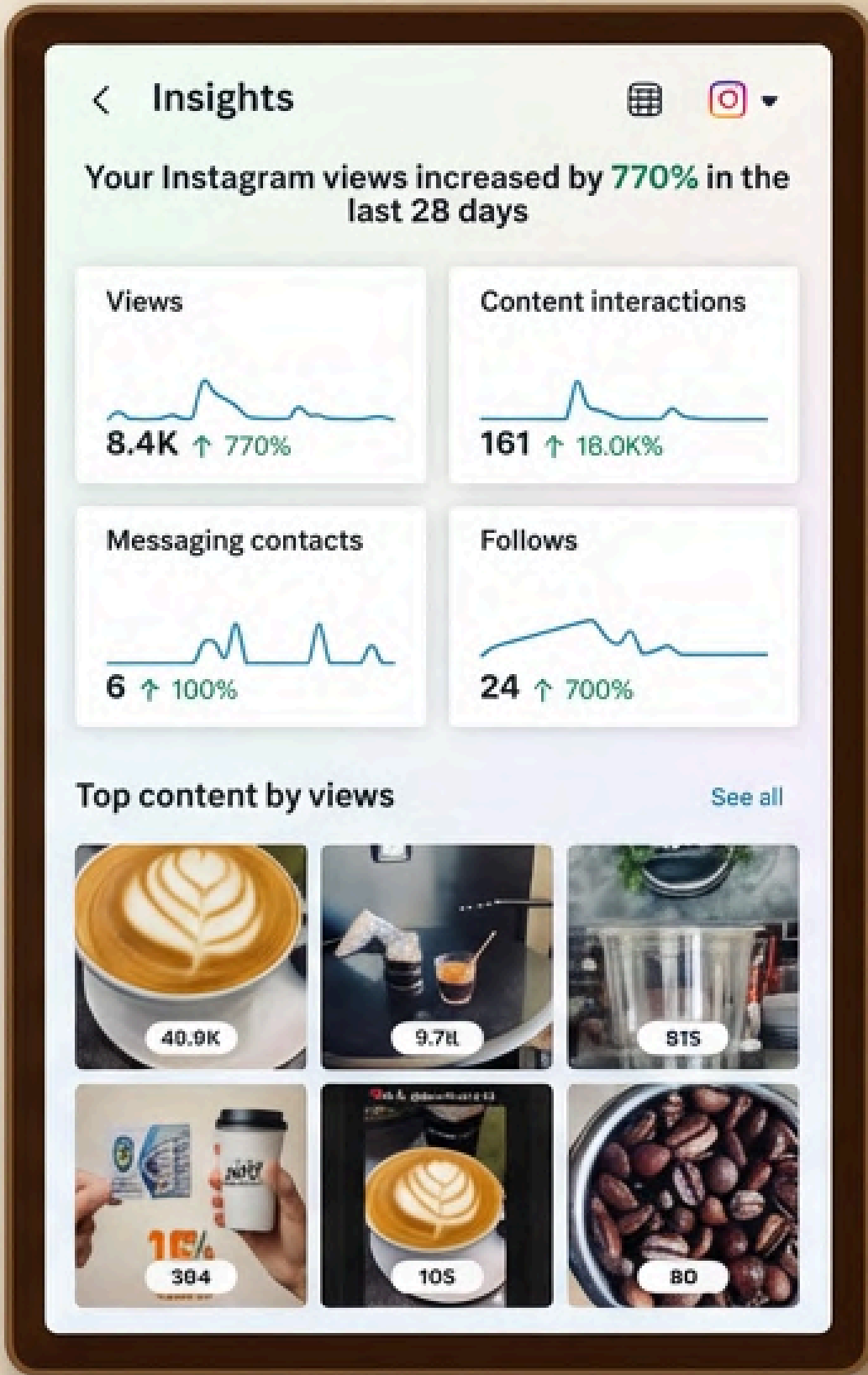
#kaffiene99 #coffeeloversclub #دمنهور #قهوة #damanhour #2020

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 شهريا
- نشر يومي للستوريات
- 5 محتوى UGC شهريا
- 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
15		رسائل واستفسارات
40		مشاركات وإعادة نشر
7		UGC مقدم من العملاء
13		طلبات نتجت عن المحتوى

مؤشرات تؤكد أن الخطة تسير في اتجاه تحقيق هدف الـ 90 يوم: النمو سريع، التفاعل أعلى من المتوقع، الوصول تضاعف، المحتوى يولد طلبات مباشرة.



التوصيات المطلوبة

- زيادة إنتاج الريلز إلى 3 أسبوعيا
- 4 ستوريات يوميا
- رفع UGC إلى 10 شهريا
- إعادة استهداف الـ 15 Lead بعروض قصيرة
- تمويل الريل الأفضل أداءً بميزانية بسيطة
- متابعة أسبوعية للطلبات والرسائل



THANK YOU