

Ghost

Marketing Strategy

Introduction

المقدمة

ABOUT GHOST

جوست براند هو علامة تجارية ناشئة متخصصة في بيع الملابس العصرية للشباب من سن 20 إلى 35 عامًا. يتميز جوست بتقديم تصميمات ترندي فريدة بجودة تنافس العلامات التجارية العالمية ولكن بأسعار معقولة تناسب الشباب. يعتمد البراند على نموذج عمل رقمي بالكامل، حيث يتولى تصميم المنتجات ويتعاون مع مصنع لإنتاجها، مما يتيح له تقديم أزياء حديثة وسريعة الاستجابة لصيحات الموضة العالمية.

Ghost Brand is a fashion-forward clothing brand specializing in trendy apparel for young adults aged 20 to 35. Operating exclusively online, Just handles the entire design process and collaborates with a trusted manufacturer to bring its vision to life. The brand is committed to delivering high-quality, trend-driven fashion that rivals major brands—at an affordable price point.



كن أنت الأيقونة، مع جوست

Marketing Strategy Overview

تحقيق المبيعات من خلال استراتيجيات تسويقية مدروسة

- إعلانات مدفوعة على (Facebook & Instagram Ads) لاستهداف العملاء المحتملين بدقة وزيادة المبيعات.
- تحسين مستوى الإعلانات والمحتوى لضمان وصول البراند لأكبر عدد من العملاء بأقل تكلفة.
- تقديم عروض وخصومات موسمية ومسابقات ترويجية لتحفيز عمليات الشراء وتعزيز ولاء العملاء.

بناء هوية رقمية قوية وزيادة الوعي بالعلامة التجارية

- التركيز على Instagram & Facebook كقنوات رئيسية للوصول إلى الجمهور المستهدف.
- استخدام تصميمات جذابة، Reels، ومحتوى تفاعلي لزيادة التفاعل مع الجمهور.
- التعاون مع Influencers وصناع المحتوى لتعزيز المصداقية وجذب العملاء الجدد.

Strategy Steps

1

بناء الوعي بالعلامة التجارية

- إنشاء هوية بصرية قوية تعكس أسلوب Ghost Brand العصري.
- استخدام Instagram & Facebook كقنوات أساسية للنشر والتفاعل.
- إطلاق إعلانات مدفوعة مستهدفة لزيادة التعرف على البراند.

2

جذب الجمهور وزيادة التفاعل

- نشر محتوى تفاعلي (Reels، Stories، Carousel).
- التعاون مع المؤثرين وصناع المحتوى لجذب الفئة المستهدفة.
- تنظيم عروض حصرية لزيادة التفاعل وتشجيع المشاركة.

3

تحقيق المبيعات وتحسين الأداء

- إطلاق إعلانات مدفوعة على Meta (Facebook & Instagram Ads).
- تحسين تجربة المستخدم عبر توفير خيارات دفع وشحن سريعة.
- استخدام إعادة الاستهداف (Retargeting Ads) لاستعادة العملاء المحتملين.

4

تحسين الاستراتيجية

- تتبع أداء الحملات باستخدام Google Analytics و Meta Insights.
- تحليل سلوك العملاء وتحسين استراتيجيات الإعلان والمحتوى.
- تطوير استراتيجيات مستقبلية بناءً على النتائج والتفاعل.

Timeline of Activities

FIRST QUARTER

- إطلاق الهوية البصرية للبراند
- إنشاء صفحات (Ig & Fb)
- إعداد خطة المحتوى
- بدء حملة إعلانية مدفوعة
- لاستهداف الجمهور المناسب
- جمع أول 1000 متابع على Instagram & Facebook
- نشر محتوى متنوع (، Reels، Carousel، Stories)

SECOND QUARTER

- إطلاق مسابقات ترويجية
- على السوشيال ميديا لزيادة التفاعل
- تحليل البيانات وتحسين استراتيجيات المحتوى بناءً على الأداء
- الوصول إلى 5000 متابع على Facebook و 3000 على Instagram
- زيادة معدلات التفاعل بنسبة 30% مقارنة بالربع الأول

THIRD QUARTER

- إضافة خيارات دفع سهلة
- وشحن أسرع لتحسين تجربة العميل
- إعادة استهداف العملاء الذين تفاعلوا مع الإعلانات دون شراء
- الوصول إلى 5000 عملية شراء خلال الربع الثالث
- إطلاق كولكشن جديد للملابس بناءً على تفضيلات الجمهور

FOURTH QUARTER

- تحليل نتائج المبيعات وتعديل الاستراتيجية الإعلانية بناءً على الأداء السابق
- بناء متجر الكتروني
- التعاون مع مؤثرين
- لاستهداف فئة عملاء أوسع
- الوصول إلى 10,000 متابع مع زيادة المبيعات بنسبة 50% مقارنة بالربع الثالث
- التخطيط للتوسع في الأسواق الجديدة (مثل السعودية)

MONTHLY INITIATIVES

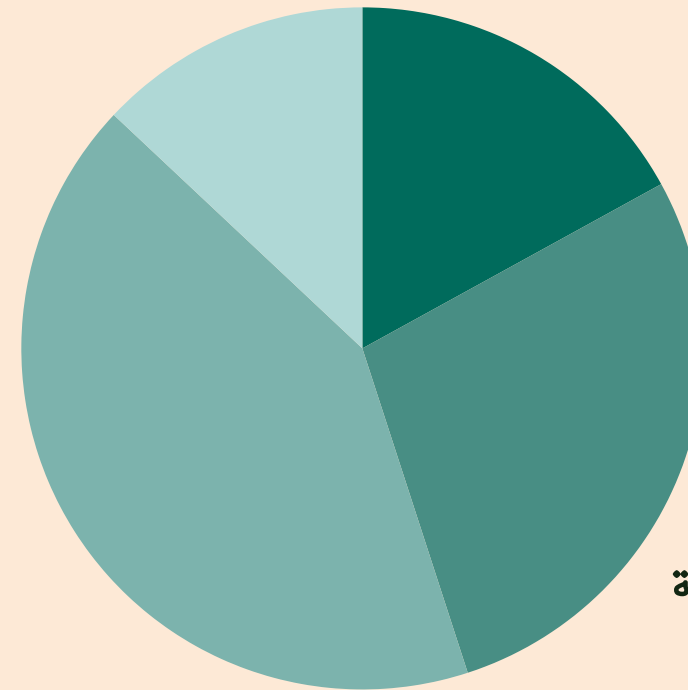
- منشورات على (Ig & Fb)
- إطلاق إعلانات مدفوعة مستمرة لزيادة الوصول
- التفاعل مع العملاء عبر الرد على التعليقات والرسائل
- تحليل أداء المحتوى والإعلانات وتحسين الاستراتيجية شهريًا
- إطلاق خصومات أو عروض موسمية لجذب العملاء الجدد

مشكلة السوق والأهداف

Market Problem & Objectives

الجمهور المستهدف لـ Ghost Brand يهتم بالمظهر العصري والجودة، لكنه يبحث عن سعر متوازن يناسب ميزانيته
و عشان كذا بعد بحث و بعد ما قربنا منهم أكثر، عرفنا مين العملاء بتوعنا و بيحبوا ايه

يبحثون عن ملابس ترندى مواكبة للموضة
17%



يهتمون بالجودة العالية
28%

يبحثون عن أسعار مناسبة مقابل الجودة
42%

هدف 2 – تحقيق مبيعات قوية في أول 6 شهور

الوصول إلى 500 عملية شراء خلال أول 6 شهور من الإطلاق

2

هدف 1 – زيادة الوعي بالعلامة التجارية

تحقيق 1000 متابع على فيسبوك و 500 متابع على إنستجرام بحلول مارس 2025

1

أهدافنا ال (SMART)

Our SMART Objectives

هدف 4 – تحسين الأداء الإعلاني وزيادة التحويلات

Facebook & Instagram Ads استخدام إعلانات مستهدفة على لزيادة المبيعات

4

هدف 3 – تحسين التفاعل مع الجمهور وبناء الثقة

توفير خدمة عملاء سريعة واحترافية عبر إنستجرام وفيسبوك

3

التحديات

Challenges

المنافسة القوية

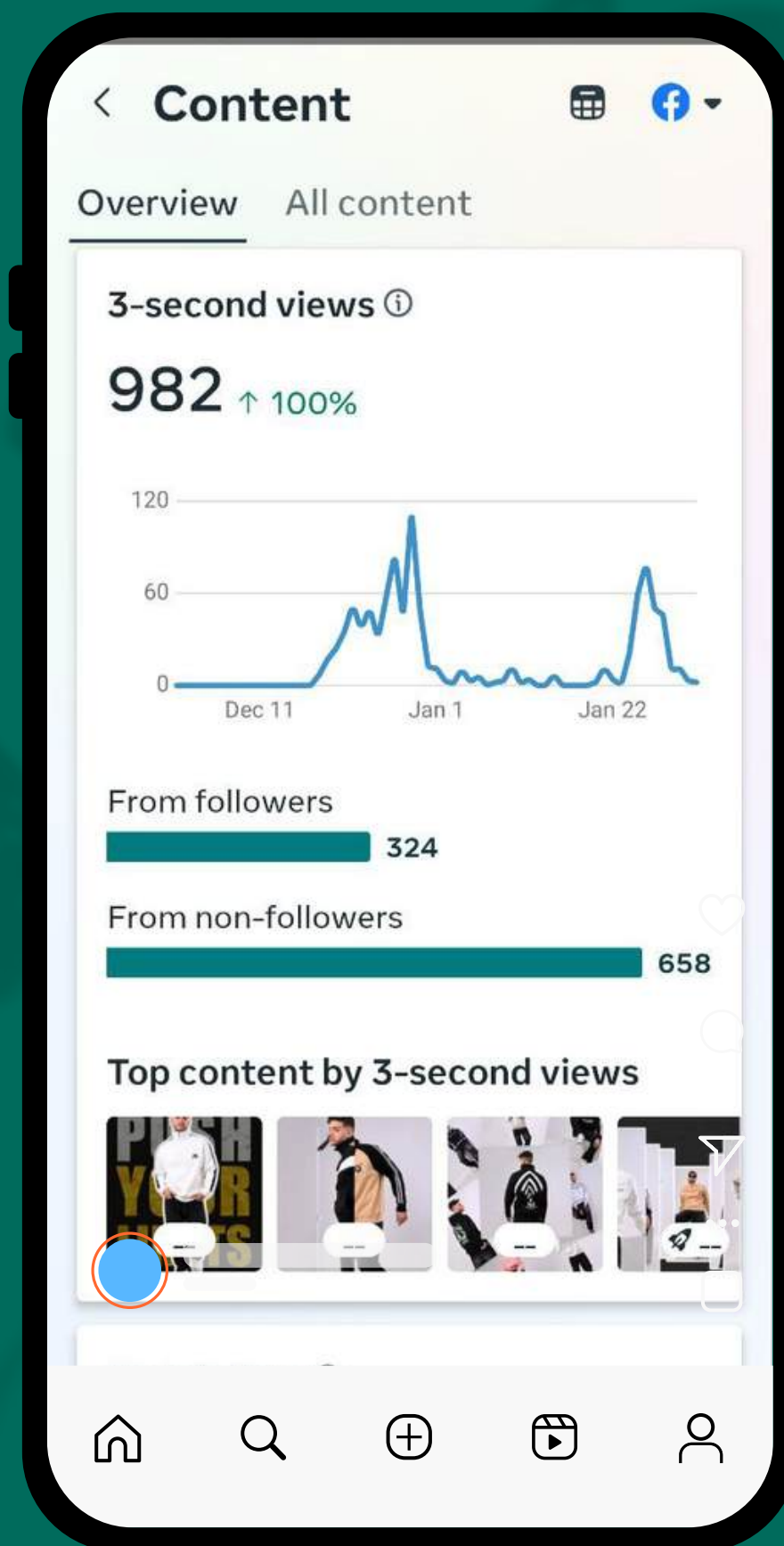
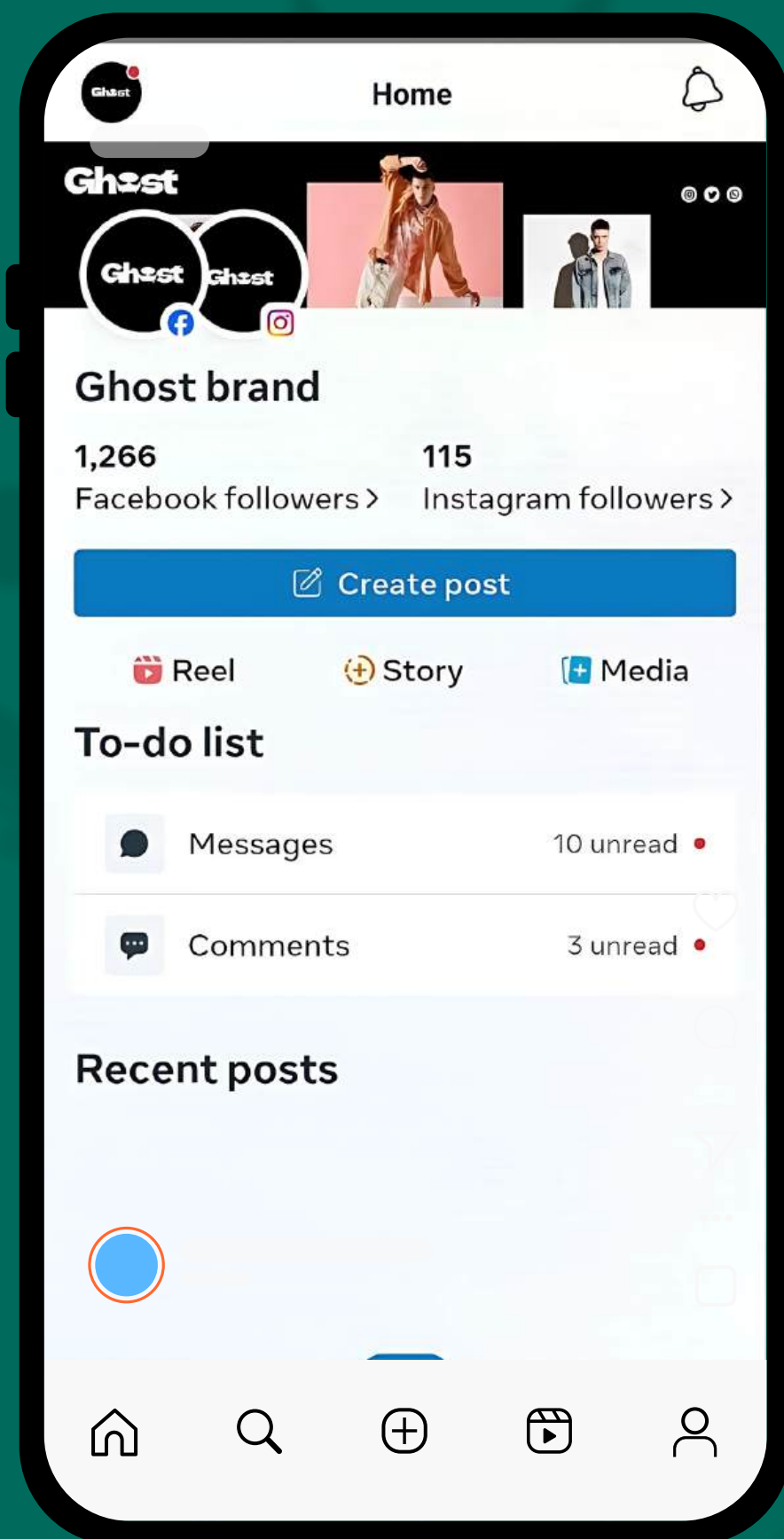
ارتفاع الأسعار وضعف القدرة الشرائي

انخفاض الثقة في العلامات التجارية الجديدة

بس ده عمره ما وقفنا!

But That Never Stopped Us!





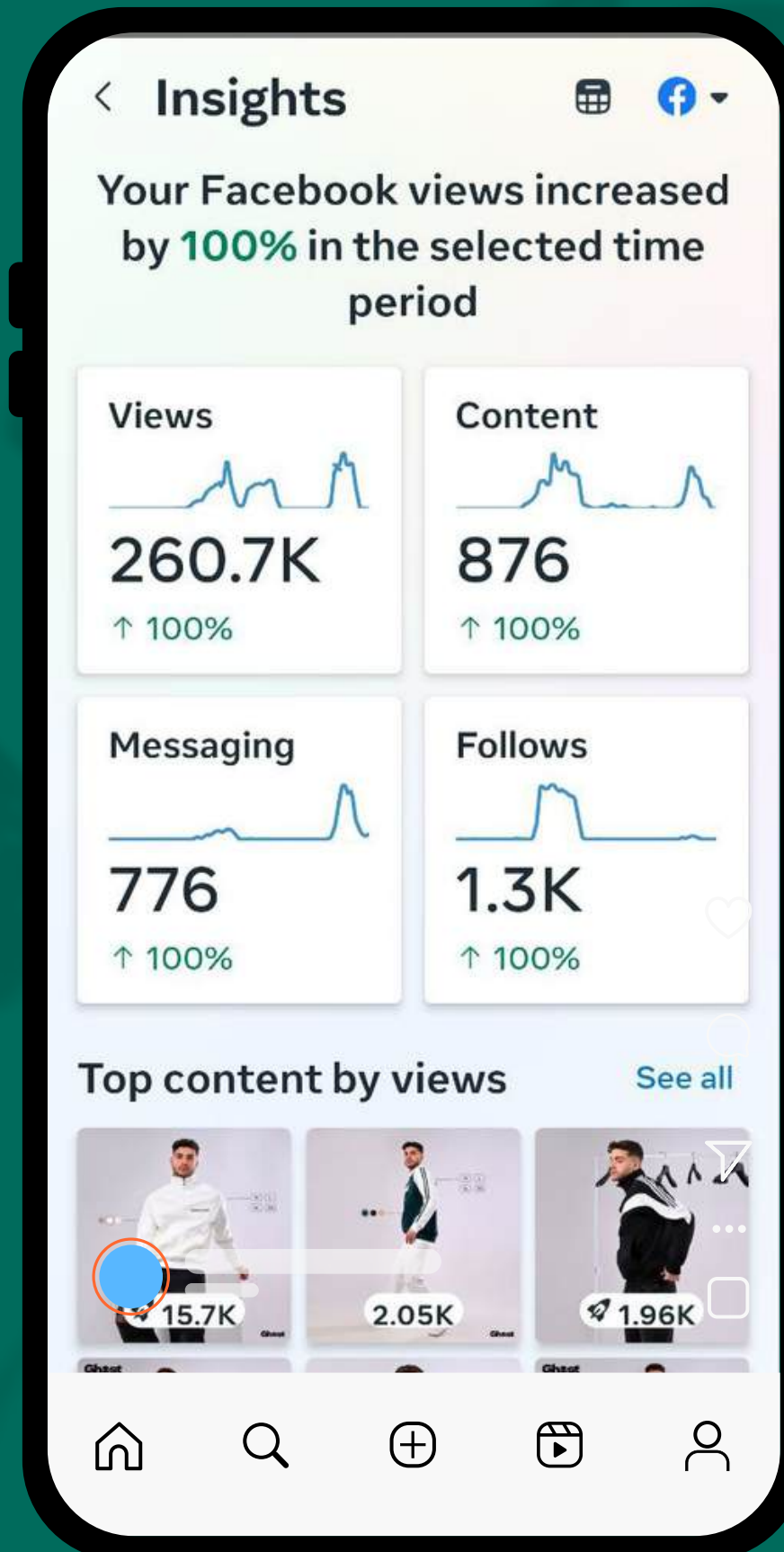
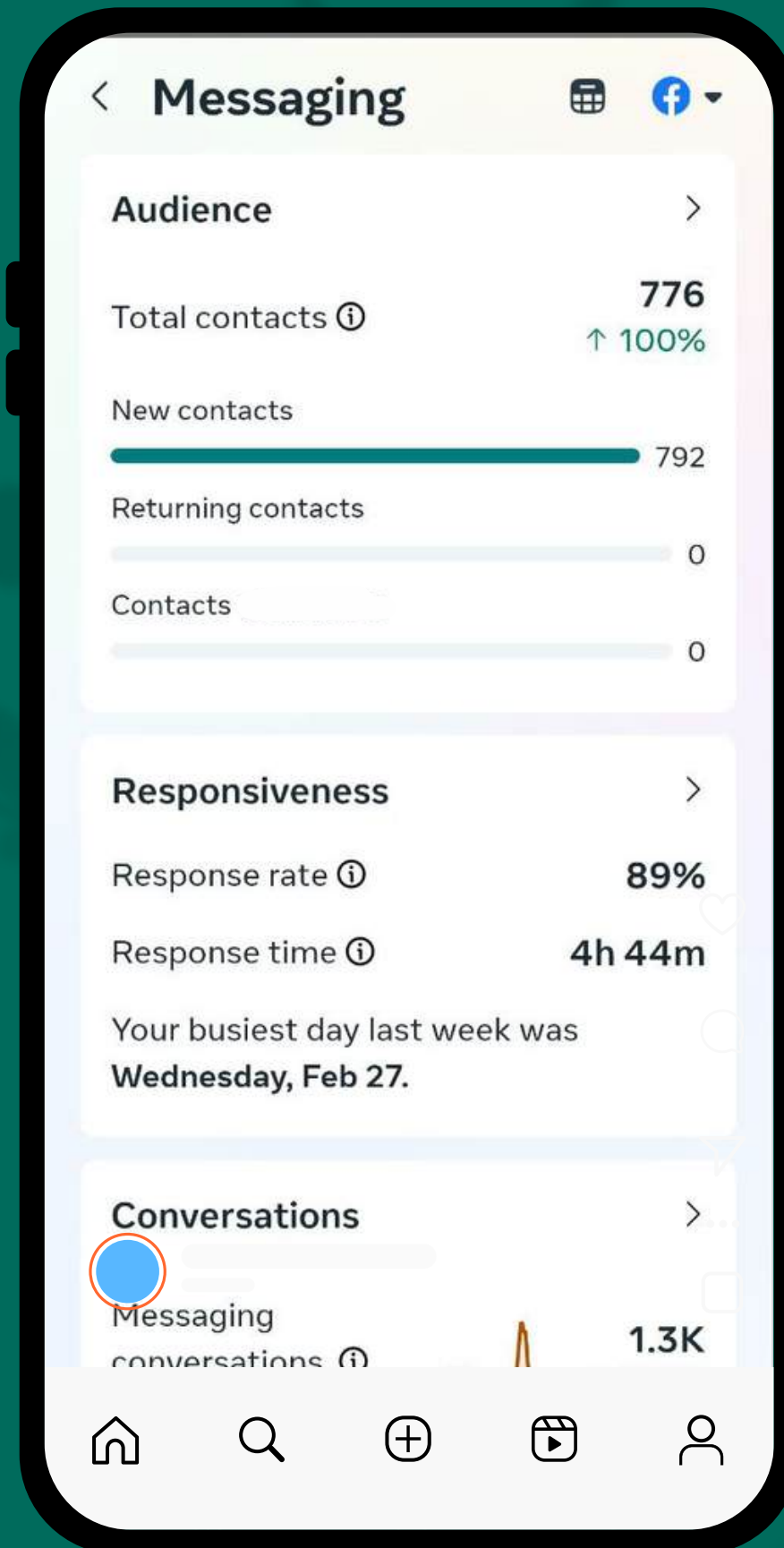
1st Goal

هدف 1 –

زيادة الوعي بالعلامة التجارية

تحقيق 1000 متابع على فيسبوك و 500

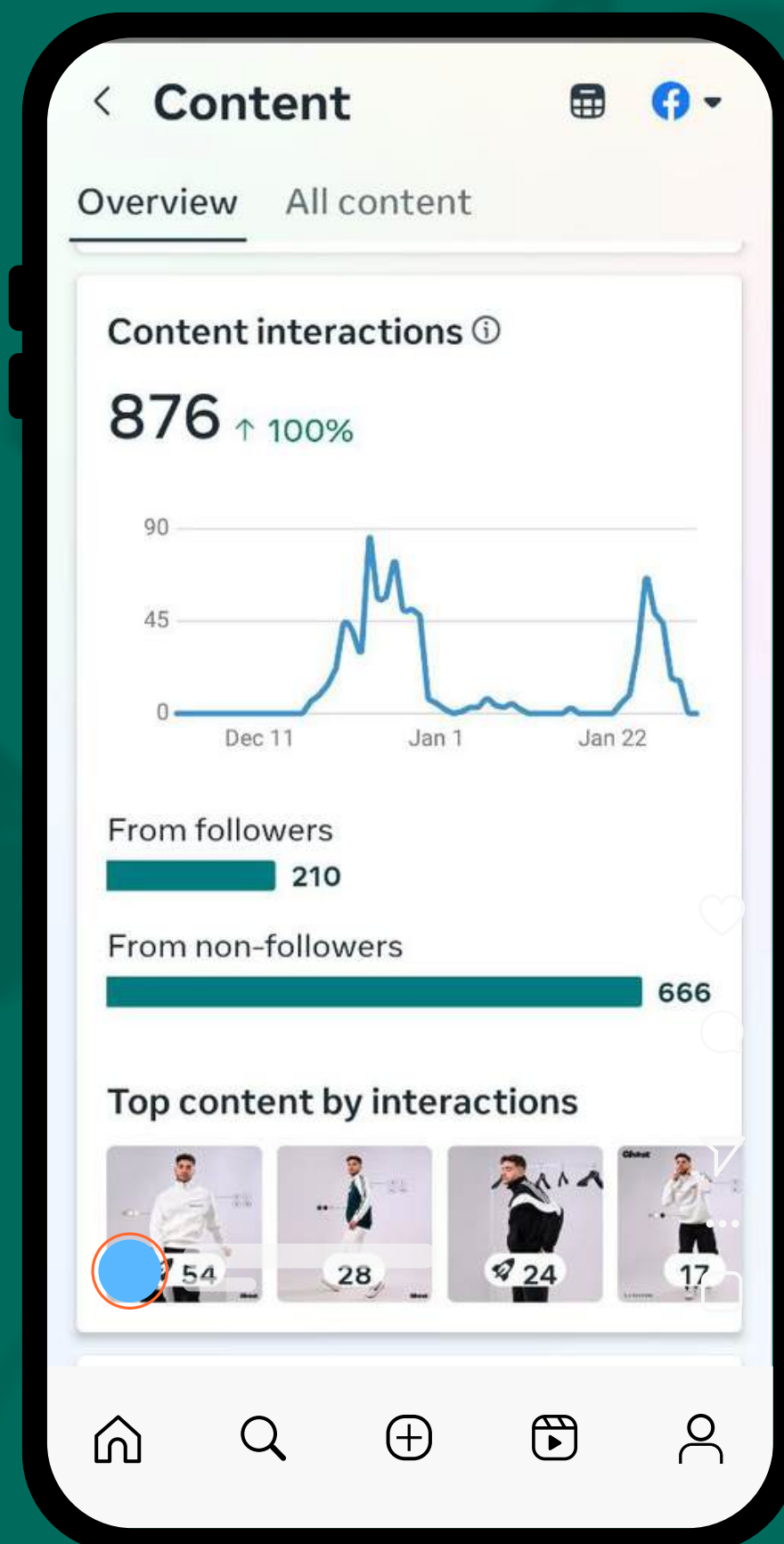
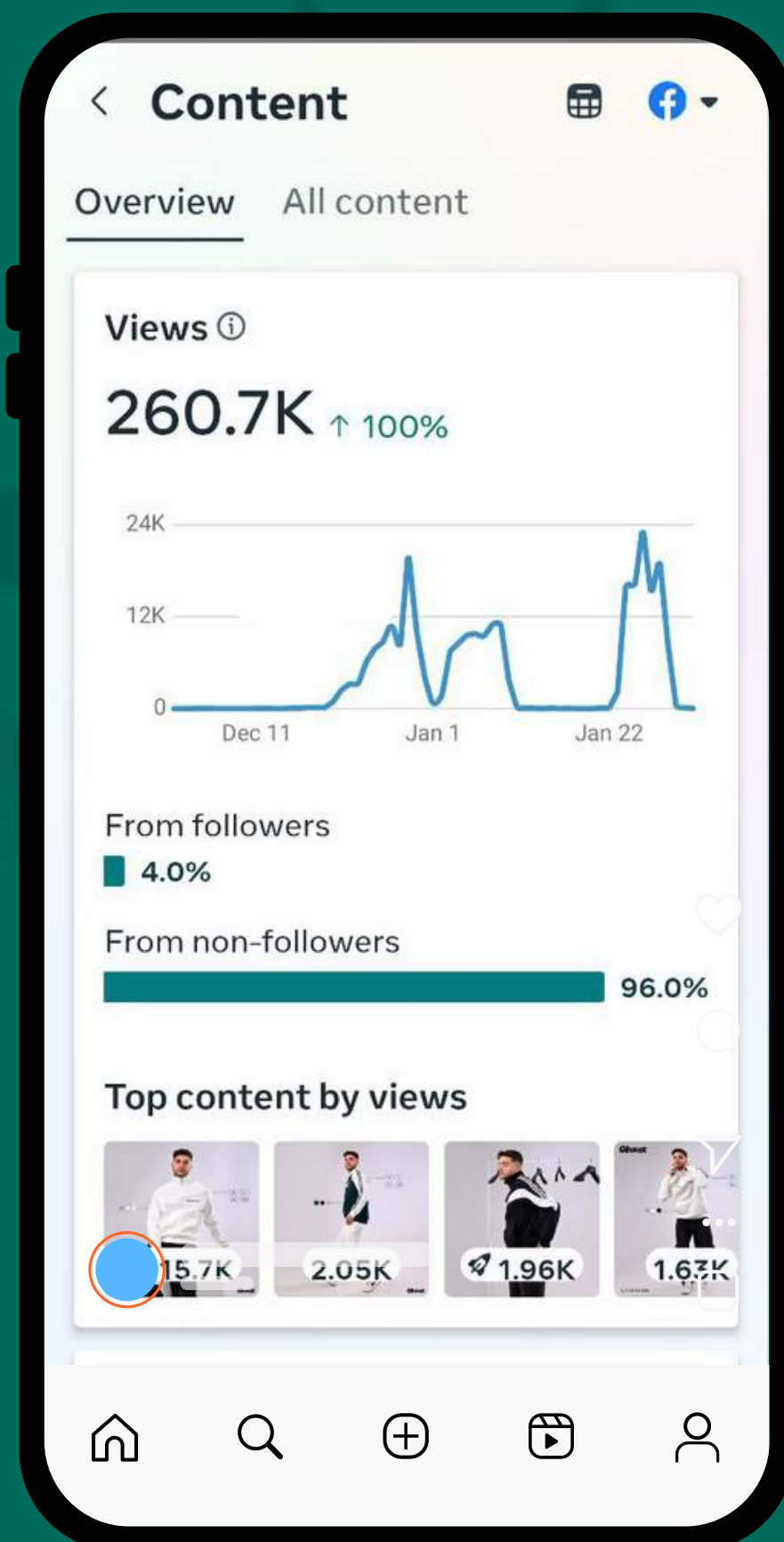
متابع على إنستجرام بحلول مارس 2025



2nd Goal

هدف 2 –

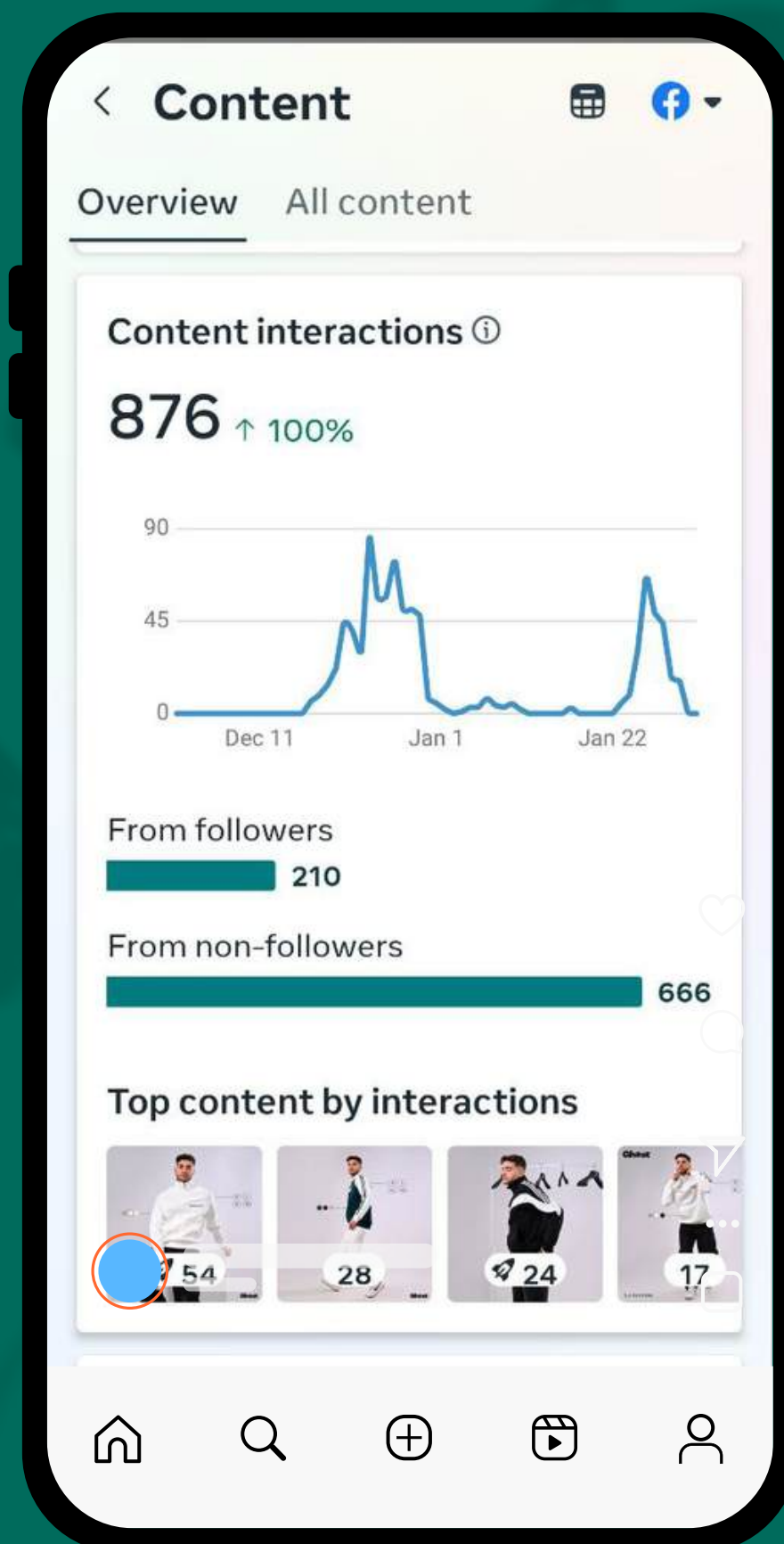
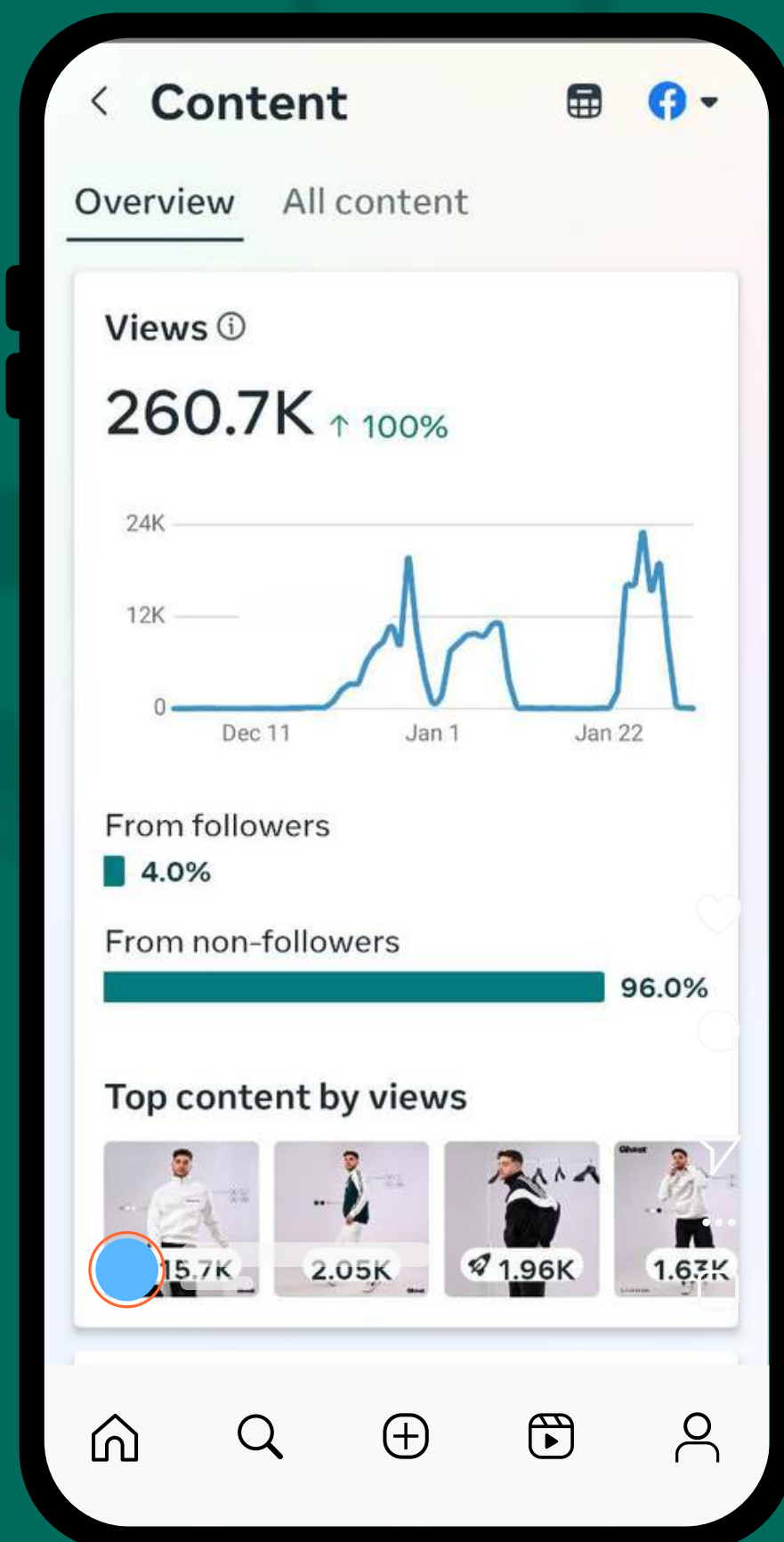
تحقيق مبيعات قوية في أول 6 شهور
الوصول إلى 500 عملية شراء خلال أول
6 شهور من الإطلاق.



3rd Goal

هدف 3 –

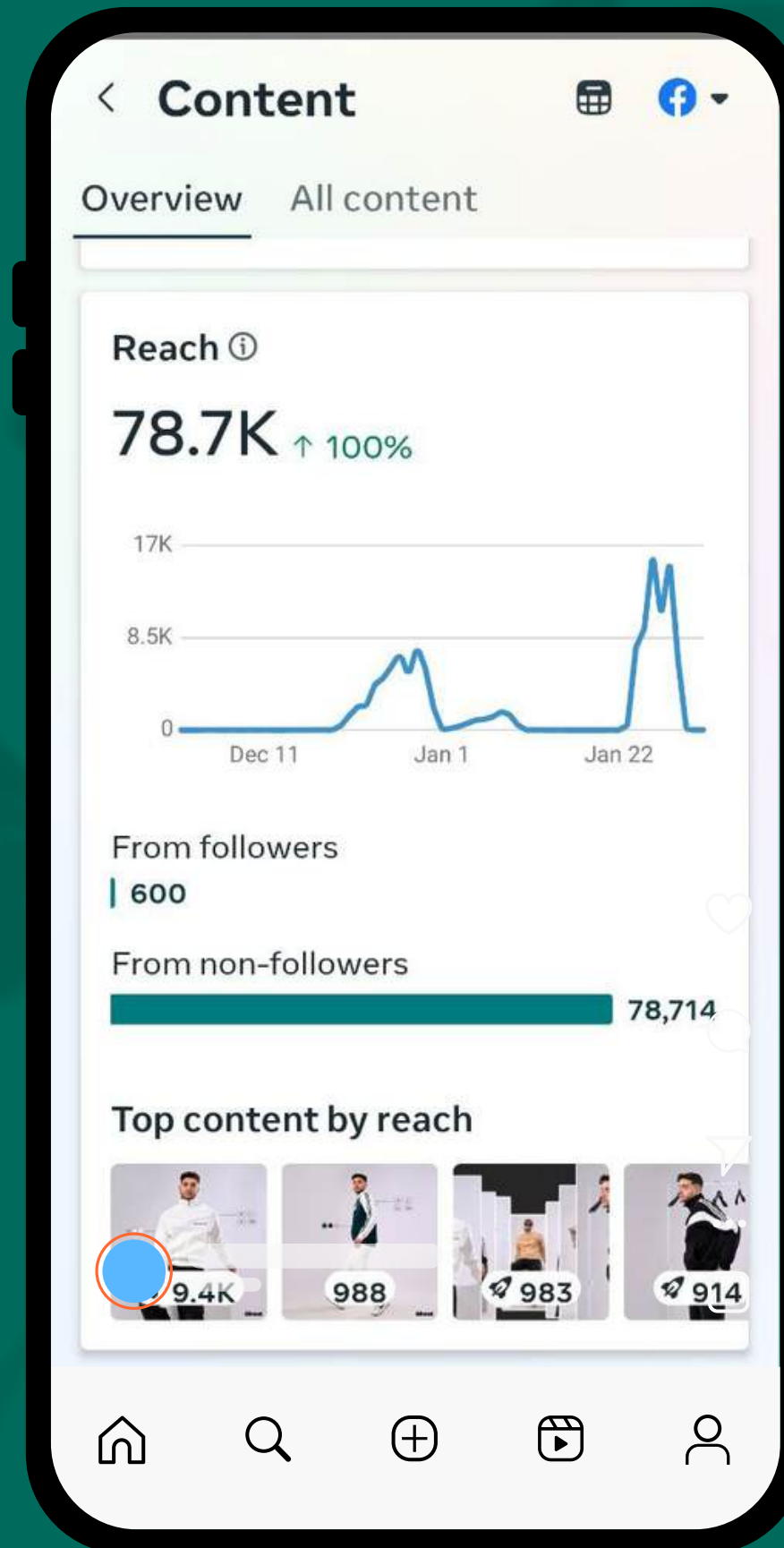
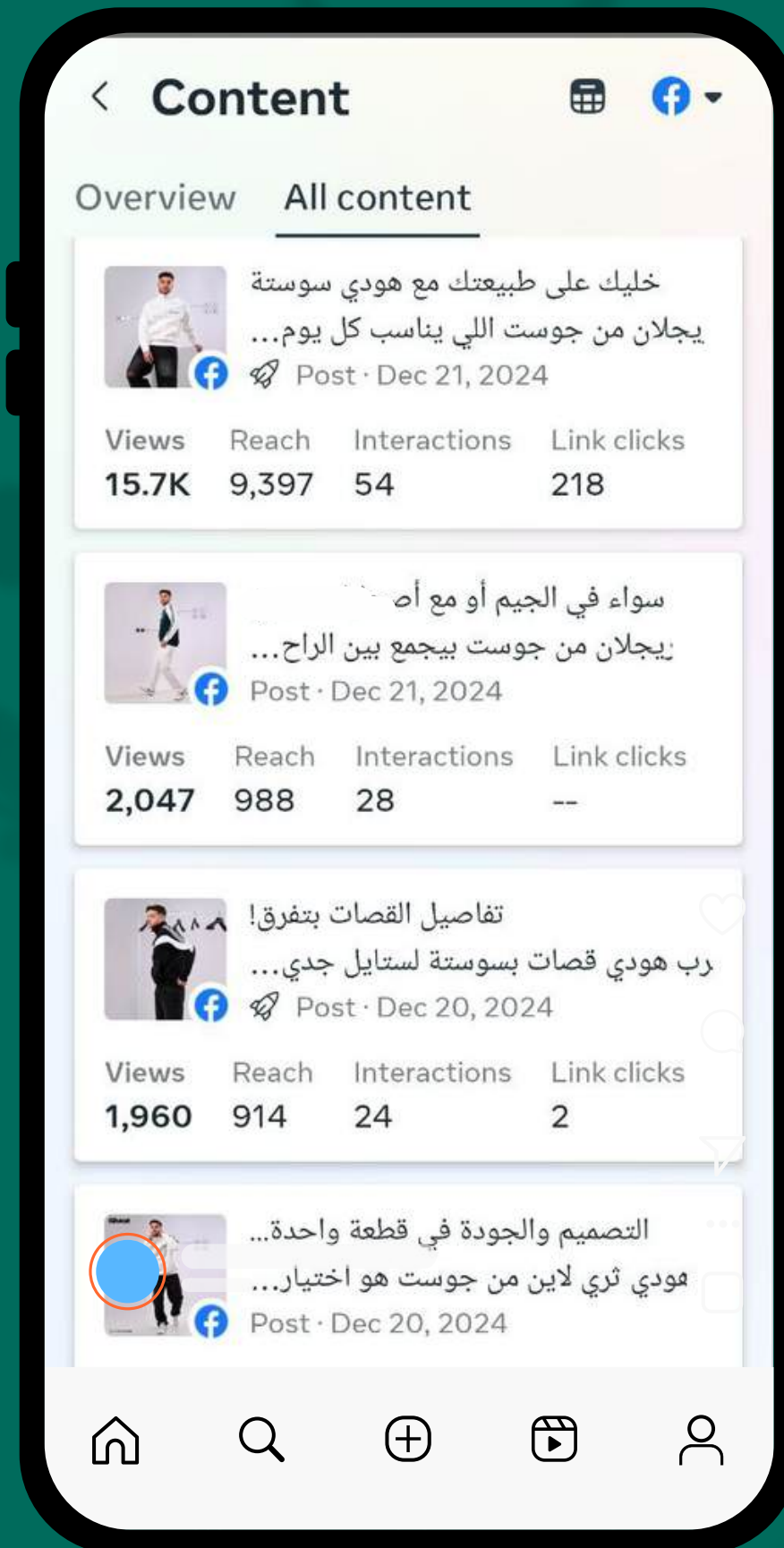
تحسين التفاعل مع الجمهور وبناء الثقة
توفير خدمة عملاء سريعة واحترافية عبر
إنستجرام وفيسبوك.



3rd Goal

هدف 3 –

تحسين التفاعل مع الجمهور وبناء الثقة
توفير خدمة عملاء سريعة واحترافية عبر
إنستجرام وفيسبوك.



4th Goal

هدف 4 –

تحسين الأداء الإعلاني وزيادة التحويلات
استخدام إعلانات مستهدفة على
Facebook & Instagram Ads
المبيعات

الجمهور المستهدف

Targeted Audience

تحليل المنافسين

Competitor Analysis

Target Customers

Gender

Males

Age

20 : 35

location

Egypt

Interest

- يبحثوا عن أحدث صيحات الموضة بسعر مناسب
- يبحثوا دوماً على الملابس الترندي
- يبحثوا عن عروض وخصومات
- يفضلون تصميمات الميني مال النظيفة والأنيقة
- يبحثوا عن ملابس تناسب شخصيتهم وتعبر عنهم
- يهتموا بالخامات الناعمة والخفيفة حتى توفر شعور بالراحة

Persona 1

إبراهيم محمد السيد

موظف فى شركة اتصالات



AGE AND BACKGROUND

INCOME

MOTIVATIONS

CHALLENGES

BUYING HABITS

موظف فى شركة اتصالات

EGP75,000/year

عايز هودي مناسب أروح به الشغل و
في نفس الوقت مريح

- صعوبة العثور على ملابس
بجوده عاليه وبسعر مناسب
- عدم وجود وقت كافى للتسوق
فى المتاجر التقليديه

- الموضه والأناقه
- التسوق عبر الإنترنت
- متابعة المؤثرين على السوشيال
ميديا

SWOT ANALYSIS

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none">تصميمات فريده وترندى بأقمشه عاليه الجودهالأسعار بتناسب الشريحه المستهدفه من الشبابستايل نظيف ومينيمالى يماشى صيحات الموضه	<ul style="list-style-type: none">علامة تجاريه جديده هتحتاج تبنى ثقهنقص فى البيانات بالنسبه للجمهور المستهدفمحدوديه الميزانيهالإعتماد الكبير على المنصات السوشيال دون وجود منافذ بيع فعليه
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none">التوسع فى السوق السعودىارتفاع الطلب على الملابس ذات الجوده العاليه بأسعار معقولهتقديم خصومات وعروض ترويجيه موسميه لجذب الشبابتصميم ملابس بما يناسب الجمهور المستهدف من الشباب وده بدوره هيميز جوست عن المنافسين الدوليين زى زارا	<ul style="list-style-type: none">المنافسه القويه جدا فى السوقارتفاع معدلات التضخم ممكن يقلل من دخل الناسالوصول المجانى على منصات زى الانستا والفيس بيقل بسبب تغيير الخوارزميات، وده بيزود الاعتماد على الإعلانات المدفوعه

Competitor Analysis



ASEEL

Number of Followers:

- Estimated 200K+ on Instagram
- Estimated 300K+ on Facebook

Page Creation:

- Established 2018

Visual Identity:

- Minimalist and modern, with a focus on premium, neutral-toned designs.
- Professional photography with a luxury aesthetic.

Publishing Rate:

- 3–5 posts per week across Instagram and Facebook.
- Content mix includes product showcases, customer reviews, and promotional offers.

Engagement Rate:

- Estimated 300–500 interactions per post (likes, comments, shares).
- Stronger engagement on Instagram Reels compared to static posts.

Major Products or Services:

- Trendy and casual menswear including t-shirts, hoodies, and jeans.
- Focus on premium streetwear with a minimal touch.

Average Price:

- Estimated 800 – 2500 EGP per item.

Competitor 1

SUTRA

Number of Followers:

- Estimated 1.2M+ on Instagram
- Estimated 500K+ on Facebook

Page Creation:

- Established 2016

Visual Identity:

- Luxurious and cultural, blending modest fashion with modern trends.
- Strong emphasis on elegant, high-end photography with a focus on modesty and sophistication.

Publishing Rate:

- 4–6 posts per week, focusing on seasonal collections, styling tips, and influencer collaborations.
- Frequent Reels and IG stories to engage the audience.

Engagement Rate:

- Estimated 400–800 interactions per post.
- High interaction on seasonal releases and influencer collaborations.

Major Products or Services:

- Premium modest fashion including abayas, kaftans, dresses, and elegant outerwear.
- Targeting women looking for stylish, modest clothing.

Average Price:

- Estimated 1500 – 6000 EGP per item.

Competitor 2

Positioning	Targeting	Segmentation
الشباب من 20 لـ 35 سنه دخلهم متوسط موجودين فى مصر بيهتموا بالموضه والأناقة بيحبثوا عن الجوده والتميز يبحثون عن قيمه مقابل سعر	شباب بيهتموا بمظهرهم وبيبحثوا عن ملابس عصريه بأسعار متوسطه بيتابعوا الموضه والترانندات العالميه	جوست بيقدم تصميمات عصريه بجوده عاليه وبسعر مناسب لإحتياجاتهم اليوميه

(UNIQUE TRENDY DESIGNS)

- جوست لا يعرض ملابس تقليدية، بل يركز على التصميمات الترندي الحديثة التي تناسب ذوق الشباب.
- يتميز بأسلوب Minimal & Clean الذي يجذب الفئة المستهدفة الباحثة عن الأناقة والبساطة.

(HIGH QUALITY AT AN AFFORDABLE PRICE)

- يستخدم جوست خامات عالية الجودة تضمن راحة العملاء ومتانة الملابس.
- السعر تنافسي مقارنة بالبراندات الكبرى مثل ZARA، مما يمنح العملاء أفضل قيمة مقابل السعر

الميزة التنافسية

Competitive Advantage

(SEAMLESS ONLINE SHOPPING EXPERIENCE)

- لا حاجة لزيارة المتاجر، حيث يعتمد جوست على التسويق والبيع عبر الإنترنت بالكامل.
- يوفر طرق دفع سهلة وخيارات شحن سريعة لضمان تجربة مريحة للعملاء

(STRONG DIGITAL MARKETING STRATEGY)

- استخدام السوشيال ميديا والإعلانات الذكية للوصول إلى الفئة المستهدفة بدقة.
- تصميم محتوى جذاب (Reels، Carousel) لتعزيز التفاعل وبناء ولاء العملاء

(DIFFERENTIATION FROM COMPETITORS)

- ZARA: ملابس بجودة عالية ولكن بأسعار مرتفعة.
- SUTRA: ملابس بجودة عالية ولكن بأسلوب مختلف (Modest Fashion).
- Ghost Brand: يجمع بين الجودة العالية، التصاميم العصرية، والأسعار المناسبة، مما يجعله الخيار الأمثل للشباب الباحث عن الموضة دون دفع مبالغ باهظة.

الميزة التنافسية

Competitive Advantage

Thank you!

LET US KNOW IF YOU HAVE
QUESTIONS OR CLARIFICATIONS.