

Team 2 project: Pretty Cosmetics

Team Members:

1. **Habiba Amr (leader)**
2. **Jana Adel**
3. **Nagham Ashraf**
4. **Raneem Khaled**
5. **Rana Ismail**
6. **Jovany William**

1. **فكرة المشروع**
 - التسويق لبراند محلي لل **cosmetics**
 - الأهداف الرئيسية:
 - زيادة الوعي بالبراند
 - تعزيز وجود علامة تجارية على الإنترنت.

2. تحليل السوق والجمهور المستهدف:

تحليل الجمهور المستهدف:

الديموغرافيات (Demographics)

- النوع (الجند): إناث في المقام الأول، مع شريحة مت ammonia من الذكور المهتمين بالعناية بالبشرة.
- الفئة العمرية: من 18 إلى 45 سنة.
- مستوى الدخل: متوسط إلى مرتفع، وهم أفراد يسعون لمنتجات آمنة وفعالة.
- المهنة/الوضع: طلاب، أمهات، مهنيون شباب، نساء عاملات، وأفراد مهتمون بالصحة.

الموقع الجغرافي (Geographic)

- الموقع: القاهرة بشكل رئيسي، مع إمكانية التوسيع في المراكز الحضرية الرئيسية الأخرى في مصر.
- المناطق: المناطق الحضرية وشبه الحضرية التي تتوفر فيها الصيدليات ومتاجر مستحضرات التجميل وخدمات التوصيل عبر التجارة الإلكترونية.

النفسية (Psychographic)

- الاهتمامات: العناية بالبشرة، روتينات العناية الذاتية، الصحة العامة واللياقة (Wellness)، والعلاجات والوصفات الطبيعية.
- نمط الحياة: واعون بالمظهر، حريصون على صحتهم، وملتزمون بالحفاظ على بشرة صحية ومشترقة.

- القيم: يفضلون المنتجات ذات الأسعار المعقولة، مع تفضيل المكونات الطبيعية/الطبية على الحلول التي تعتمد على المواد الكيميائية القوية.
- العقلية (Mindset): يثرون في العلامات التجارية الجديرة بالثقة التي توازن بين السعر والجودة والنتائج الواضحة.

السلوك (Behavior)

- سلوك التسوق: نشطون في التسوق عبر الإنترن特 (وسائل التواصل الاجتماعي، التجارة الإلكترونية) وخارجها (الصيدليات، متاجر التجميل).
- سلوك اتخاذ القرار: واعون بالتكلفة، لكنهم مستعدون للاستثمار قليلاً في المنتجات الطبيعية/الطبية ذات الفوائد المثبتة.
- محفزات الشراء: التوازن بين السعر والجودة، الفعالية في حل المشكلات الشائعة، والتوصيات الإيجابية والمراجعات.
- الولاء للعلامة التجارية: سيبقون أوفياء إذا قدم المنتج نتائج متسقة؛ وإلا فقد يتحولون إلى علامة تجارية أخرى.

(Customer Challenges)

- حب الشباب المستمر والبشرة الدهنية.
- حساسية الجلد.

صعوبة إيجاد حلول طبيعية فعالة بأسعار معقولة.
الشعور بالإرهاق بسبب كثرة الخيارات المتاحة في السوق للعناية بالبشرة.

Audience Personas

يتم تقسيم الجمهور المستهدف إلى مجموعتين رئيسيتين من الإناث (الفتيات والسيدات):

1. شخصيات العناية بالبشرة

- الجمهور: الفتيات والسيدات اللواتي يعانيان من مشكلات جلدية أو يسعين لتحقيق مظهر مثالي.
- الاحتياجات المحددة:
 - البشرة الجافة.
 - البشرة المعرضة لحب الشباب.
 - الرغبة في الحصول على بشرة نضرة ومشعرة. ("Glass Skin")

2. شخصيات العناية بالشعر

- الجمهور: الفتيات والسيدات اللواتي يعانيان من ضعف أو تلف في الشعر.
- الاحتياجات المحددة:
 - الشعر القصير أو بطيء النمو.
 - الشعر الجاف أو المتقصّف. (Split Ends)
 - تساقط الشعر.

1. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media Marketing).
- المنصات: التركيز الأساسي على إنستجرام وتيكتوك.

2. إستراتيجية المحتوى (Content Strategy).

- 10 post + 10 reels monthly

3. الإعلانات المدفوعة (Paid Ads).

- بناء الوعي والانتشار: إطلاق حملات إعلانية واسعة النطاق لتعزيز حضور العلامة التجارية والوصول إلى جماهير جديدة.

4. إستراتيجية التفاعل (Engagement Strategy).

- فقرة "تجارب المستخدمين الموثوقة" (Trusted Reviews): عرض مراجعات وقصص نجاح حقيقة من العملاء.
- الترويج والتحفيز: استخدام العروض الترويجية والحسومات (Offers) بشكل دوري لزيادة التفاعل وتحويل المبيعات.

5. إستراتيجية العلامة التجارية (Branding Strategy).

- الألوان: درجات الوردي وظلاته (Pink and its shades) لتعكس الأنوثة والنعومة والتفاؤل.
- نبرة الصوت (Tone): نبرة متعددة تجمع بين التفاؤل، الجاذبية، الوثوقية ، والمواكبة للموضة.
- المرئيات: تصميمات نظيفة، واضحة، ومرتبطة بالنضارة والجمالية الناعمة (Clean Visuals): تصميمات نظيفة، واضحة، ومرتبطة بالنضارة والجمالية الناعمة (Clean Visuals, Soft Aesthetic).

4. إنشاء المحتوى (Content Creation).

Content Calendar:

[Click Here](#)

5. إدارة الحملة (Campaign Management).

الحملة:

الجمهور المستهدف:

- Gender & Age :Women 18-40
- Location: Egypt
- Keywords: skincare, serum, beauty salons,...etc

- Campaign structure: Ad Set : 1 creatives

- KPIs to Track:

- Reach
- Impressions
- 3sec vid view
- Engagement
- Link clicks

Campaign name
New Engagement Campaign

Audience
Cairo, Giza
Men and Women, ages 18 +
Include people who match: Cosmetics (personal care), Beauty salons (cosmetics), Engagement (weddings), Engaged Shoppers

Placements
Advantage+ placements

Post

^ Show less

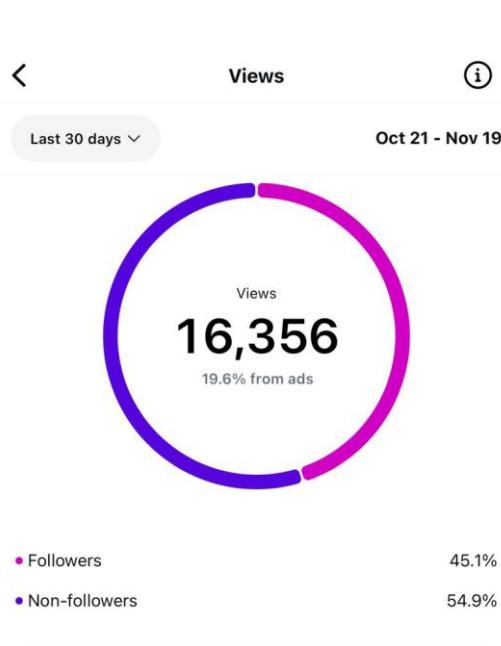
Last 7 days **Last 30 days**

414 Messaging conversations started	EGP8.13 Cost per Messaging Conversation Started	EGP3,366.80 Amount spent
daily budget 500.00.ج.م		
22,054 Reach	39,890 Impressions	

▼ Show more

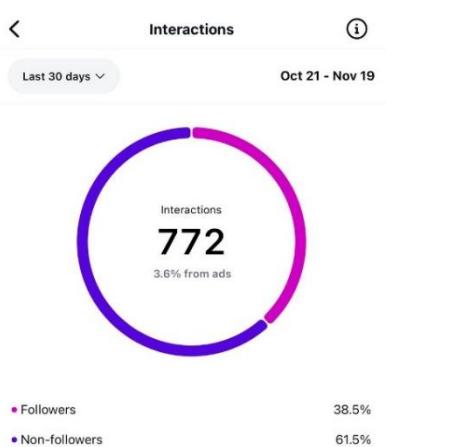


6. تحليل البيانات وقياس الأداء (Analytics)



After

Before



After

Before