

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 (الجنس): إناث في المقام الأول، مع شريحة متنامية 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 التوسع في المراكز الحضرية الرئيسية الأخرى في مصر.
- المناطق: المناطق الحضرية وشبه الحضرية التي تتوفر فيها الصيدليات ومتاجر مستحضرات التجميل وخدمات التوصيل عبر التجارة الإلكترونية.

النفسي (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 ومشرقة.

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

السلوك (Behavior)

- سلوك التسوق: نشطون في التسوق عبر الإنترنت (وسائل التواصل الاجتماعي، التجارة الإلكترونية) وخارجه (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.

التحديات التي يواجهها العملاء (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.

شخصيات الجمهور (Audience Personas)

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

1. شخصيات العناية بالبشرة

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

2. شخصيات العناية بالشعر

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

3. استراتيجية التسويق الرقمي

1. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media Marketing)

- المنصات: التركيز الأساسي على إنستجرام وتيك توك.

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 حقيقية من العملاء.
- الترويج والتحفيز: استخدام العروض الترويجية والحسومات (Offers) بشكل دوري لزيادة التفاعل وتحويل المبيعات.

5. إستراتيجية العلامة التجارية (Branding Strategy)

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

4. إنشاء المحتوى (Content Creation)

Content Calendar:


[Click Here](#)


5. إدارة الحملة (Campaign Management)


الحملة: Engagement
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

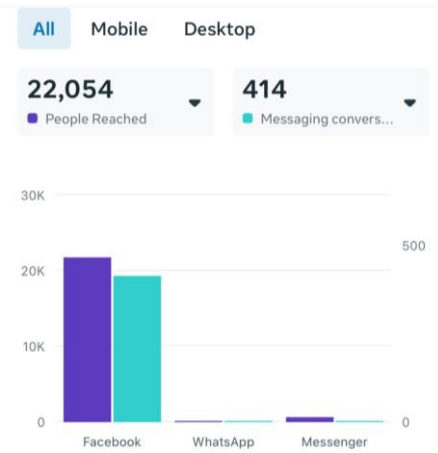
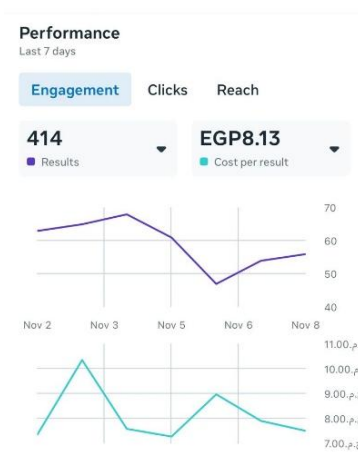
EGP3,366.80
Amount spent

daily budget 500.00 ج.م

22,054
Reach

39,890
Impressions

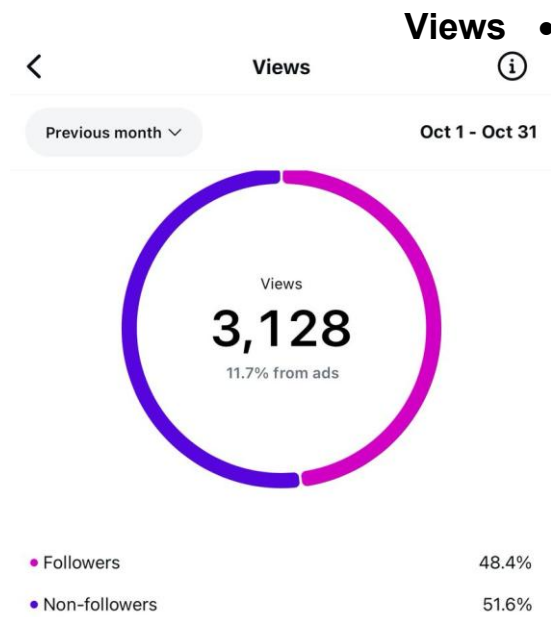
v Show more



6. تحليل البيانات وقياس الأداء (Analytics)



After



Before



After



Before