

Presented by Group 3

Social Media Strategy



Bussiness model Canvas

Key Partners

- **Manufacturas:** factories responsible for producing the design.
- **Social media platforms:** for the digital existence of the brand.
- **Delivery company:** helps the product reach a wider range of customers

Key activities

- **Product development:** designing and creating different models
- **Digital Marketing:** Campaigns and promotions to build awareness and increase sales
- **Customer engagement:** building and maintaining customer relationships.
- **Delivery all around Egypt:** to reach potential customers anywhere in Egypt.

Key Resources

- **Physical:** A warehouse for storage.
- **Intellectual:** Ideas for the clothes design, brand logo and colors.
- **HR:** The founders (all family members), ad agency and delivery employees.
- **Financial:** Capital

Key Propositions

- **Modest high quality wear:** suitable for a wide variety of occassions
- **Trendy and Islamic**

Customer Relationships

- Replying to comments and addressing customers' needs in DMs
- Sharing feedback and confirming orders

Channels

Social media platforms:

- Facebook
- Instagram
- What'sApp

Customer Segments

- **Old ladies:** interested in Islamic outfits that suit them and lasts. They value quality and reasonable prices.
- **Young women:** Their active lifestyle requires clothes that aren't just trendy and useful for various occassions, but also easy to wear and doesn't need to be ironed.

Cost Structure

- **Product costs:** raw materials (for designing the clothes), Factory expanses, and packaging.
- **Digital Marketning:** Facebook ads, Reels maker, Graphic design, models, and decoration for the room where the shots are taken.

Revenue Streams

- **Product sales:** selling dresses, suits and blouses through social media platforms

About Us

حكاية براند بدأت من تجربة شخصية ... لما كنا ننزل نشترى لبس، كنا نواجه نفس المشكلة: معظم الملابس الموجودة في المحلات مش بتناسبنا كبنات محجبات.

من هنا، قررنا في Heaven إننا نقدم الحل! هدفنا إننا نساعد كل بنت تلاقي اللبس اللي يخليها شيك وأنيقة، وفي نفس الوقت تحافظ على حجابها واحتشامها.

Heaven هو أكثر من مجرد براند، هو دعم لكل بنت بتبحث عن الأناقة والراحة مع الالتزام بقيمها.



Vision

تهدف هيفن إلى تقديم أزياء إسلامية عالية الجودة، مميزة ومريحة لكل يوم وكل مكان عن طريق كسر خرافة كون الزي الإسلامي غير عصري.



Strategi SWOT Analysis



Strengths:

- خامات عاليه الجوده
- تسعير مناسب
- مودلات بتجمع بين الموضه والاحتشام
- التغليف مميز وعدم تاثير القطعه بالشحن



Weaknesses:

- عدم و جود قاعده عملاء
- ضعف في التواجد الرقمي وعدم جود موقع الكتروني
- عدم وجود شراكة مع البلوجرز



Opportunities:

- اطلاق خط جديد للمنتجات (سوت بألوان متعددة - و ملابس للمناسبات ك رمضان)
- زياده الطلب علي المنتجات الاوفرسايز والمحتشمه
- امكانيه وجوده او توصيل في جميع المحافظات
- اماكنيه المشاركة في البازارات والايفينتات
- امكانيه عمل مكان



Threats:

- وجود منافسين اقوياء في السوق
- تقلبات اسعار الخامات وده ممكن ياثّر علي التكاليف و سعر المنتج النهائي
- تغيير الذوق العام للعملاء بسبب تغير الموضة

Competitor Analysis (Analysis Channels)

Channel	heaven	By Nusayba	SiS - Sew In Style	AWJ
creation	October 30, 2024	December 1, 2023	June 15, 2023	April 25, 2020
Likes	FB : 45	FB : 8.8k	FB : 28K	اكونت للمتابعين
Followers	FB : 62 IG : 53	FB : 20K IG : 212k TK : 58.7k	FB : 31K IG : 8796 Tk : 31	FB : 9.6K IG : 31k TK : 575
Reviews	0 recommend	0 recommend	2 recommend	1 recommend
About	<ul style="list-style-type: none">• متاح about• موجود للينك الانستجرام ,الموبايل , الواتساب و الاميل	<ul style="list-style-type: none">• لينك التيك توك• بيزنس ميل• لينك انستجرام• لينك الويب سايت• لا يوجد About	<ul style="list-style-type: none">• لوكيشن• واتساب بيزنس• غير متاح about او• لينكات البیدجات	<ul style="list-style-type: none">• متاح about• مش موجود اي وسیله تواصل ولا الاكونتات

Posting Regular or not	FB : Regular IG : Regular	FB : Regular IG : Regular Tk : Regular	FB : Regular IG : Regular Tk : not	FB : Regular IG : Regular Tk : Regular
of posts/week	FB : 2 IG : 2	FB : 13 IG : 13 TK : 7	FB : 5 IG : 5 TK : 0	FB : 1 IG : 2 TK : 1
average likes / post	FB : 5 IG : 6	FB : 28 IG : 927 TK : 202	FB : 10 IG : 10 Tk : 7	FB : 136 IG : 82 TK : 23
average Comments / post	FB : 0 IG : 0	FB : 16 IG : 33 TK : 14	FB : 11 IG : 0 Tk : 0	FB : 63 IG : 394 TK : 2
average shares / post	FB : 0 IG : 0	FB : 1 IG : 65 TK : 10	FB : 1 IG : 2 TK : 0	FB : 2 IG : 0 TK : 4
paid posts/not	no	Yes في رينج من 20 ل 30	yes في رينج 2 او 3	yes في رينج 8 او 9

Type of content	<ul style="list-style-type: none">Awareness Post - story - Reel	<ul style="list-style-type: none">AwarenessIncrease salesEngagement Post - story - Reel	<ul style="list-style-type: none">AwarenessIncrease salesEngagement Post - story - Reel	<ul style="list-style-type: none">AwarenessIncrease salesEngagement Post - story - Reel
Tone of voice	Friendly - Casual	Friendly - Casual	Friendly - Casual	Friendly - Casual
Call-to-Action	on page <ul style="list-style-type: none">WhatsApp button In the post <ul style="list-style-type: none">اطلب	on page <ul style="list-style-type: none">WhatsApp button In the post <ul style="list-style-type: none">الويب سايتاطلب	on page <ul style="list-style-type: none">WhatsApp button In the post <ul style="list-style-type: none">زور الفرع	on page <ul style="list-style-type: none">Button messages In the post <ul style="list-style-type: none">اطلب
Comments Replies	الرد سريع	الرد مش سريع	الرد مش سريع والرد بيكون شامل كل التفاصيل	الرد بطئ جدا .. مش كل الناس بيتم الرد عليها
Designs	<ul style="list-style-type: none">التصاميم والفيديوهات عاليه الجوده	<ul style="list-style-type: none">التصاميم والفيديوهات عاليه الجوده	<ul style="list-style-type: none">التصاميم والفيديوهات عاليه الجوده	<ul style="list-style-type: none">التصاميم والفيديوهات عاليه الجوده

Keep identity	يحافظ علي الهوية البصرية	يحافظ علي الهوية البصرية	يحافظ علي الهوية البصرية	يحافظ علي الهوية البصرية
Stories content	نشر البوستات كستوري	نشر البوستات استوري نشر موديلات بالوانها المختلفه توضيح الخصومات علي الاستوري	نشر البوستات كستوري نشر موديلات بالوانها المختلفه توضيح الخصومات علي الاستوري نشر فيدباك العملاء	نشر البوستات كستوري
Where in buyer journey	<ul style="list-style-type: none">AwarenessConsiderationDecision اون لاين فقط عن طريق الفيس والانستا و الواتساب	Several stages : <ul style="list-style-type: none">Awareness (Branding)Decision اون لاين عن طريق الويب سايت و الفيسبوك ,الانستجرام و الواتساب	Several stages : <ul style="list-style-type: none">Awareness (Branding)Decision اون لاين و من الاستور	Several stages : <ul style="list-style-type: none">Awareness (Branding)Decision اون لاين

through Contacts	<ul style="list-style-type: none"> Facebook Instagram Mobile WhatsApp 	<ul style="list-style-type: none"> Facebook Instagram Web site (mobile) Tik tok Email 	<ul style="list-style-type: none"> Facebook Mobile WhatsApp Instagram Tik tok 	<ul style="list-style-type: none"> Facebook Instagram Tik tok
Shared Strengths Between heaven and Competitors	<p>محتوى متنوع وجذاب على منصات التواصل الاجتماعي.</p> <p>التركيز على الجودة.</p> <p>حملات موسمية مرتبطة بالمناسبات الخاصة.</p> <p>التسويق عبر الفيديو.</p> <p>تنوع المنتجات.</p> <p>تصميم جرافيكي مميز.</p> <p>مرونة في سياسات الاستبدال والاسترجاع.</p>			
Strengths		<ul style="list-style-type: none"> التسويق من خلال موقع إلكتروني قوي. الشحن داخل وخارج مصر . 	يوجد موقع عالطبيعة	
Weakness	<p>مش عندهم تيك توك ولا ويب سايت</p> <p>معدوش تنوع كبير في المودلات</p>	<p>الرد مش سريع علي العملاء</p> <p>اسعار عاليه</p>	الرد مش سريع علي العملاء	<p>عدم الرد علي كل العملاء والتاخير في الرد</p>

Key takeaways

- نهتم بمنصات التواصل الاجتماعي وبناء قاعدة عملاء قوية
- التعاون مع المشاهير و البلوجرز
- عمل ويب سايت e-commerce
- تيك توك
- متابعه المنافسين باستمرار
- نحافظ علي الكوالتي مع السعر المناسب
- متابعه الموضة باستمرار
- الحفاظ علي التغليف المميز مع اضافة هدية (شكولاتة \ كارت مميز) او جملة لذيذة مع الاوردر

Audience Segments

الفئة: الشباب والنساء الناضجات أصحاب الدخل المتوسط وما فوقه الباحثات عن الأناقة والإحتشام في آن واحد.
عوامل تقسيم الجمهور المستهدف:

1- الديموغرافيا (Demographics):

- الجنس: إناث.
- العمر: 18-45 عامًا (الفتيات والنساء في سن الجامعة وحتى سن العمل والزواج).
- الدخل: الأُنْسَات والسيدات ذوات الدخل المتوسط وما فوق ممن يقدرّون العصرية ويرغبون في الحصول على أزياء متميزة ومريحة تتماشى مع قيمهم.
- الحالة الإجتماعية: الكل (عازبات، مخطوبات، ومتزوجات).

2 - الموقع الجغرافي (Geographic)

التقسيم بناء على المناطق الجغرافية:

- **بني سويف والفيوم والمحافظات المجاورة:**
عملاء هذه المناطق يبحثون عن ملابس محتشمة تناسب القيم والتقاليد المحلية، مع الإهتمام بالتوصيل بأسعار معقولة.
تفضيل ملابس عملية وأنيقة تناسب الإجازات والمناسبات البسيطة
- **القاهرة الكبرى، الإسكندرية، مدن القناة:**
العملاء في هذه المناطق يهتمون بالأناقة والموضة المتجددة، مع رغبة في التسوق السريع والتوصيل الموثوق.
- **يتميز هيفن بكونه متجرا إلكترونيا مما يتيح له إستهداف المحافظات الأخرى بمصر حيث إنه يوفر خدمة الشحن لمختلف أنحاء الجمهورية.**

Segmentation

3- الإهتمامات (Interests):

- متابعة الموضة وأحدث صيحات الأزياء المحتشمة.
- التسوق أونلاين عبر المواقع والمنصات الموثوقة.
- متابعة influencers المحجبات وصفحات الأزياء المحتشمة على السوشيال ميديا.
- الشغف بتنسيق الملابس مع الإكسسوارات (حقائب اليد، الأحذية، الحجاب).

4 السلوكيات (Behaviors):

- نشاط ملحوظ على منصات مثل إنستجرام وفيسبوك.
- الإهتمام بالتفاصيل والجودة مع الحرص على الأسعار المناسبة.
- يفضلون الشراء في بداية الفصول، أو نهاية فصل للتجهز للفصل القادم.
- شراء قطع جديدة لمناسبة معينة أو عند بدأ فترة جديدة (إلتحاق بجامعة، نادي، وظيفة، العيد.. الخ)
- شراء قطع جديدة لإن القديمة لم تعد عصرية أو غير قابلة للاستخدام.

5- السيكوجرافيا (Psychographics)

أسلوب الحياة Lifestyle:

النساء اللاتي يفضلن زي متماشي مع المعايير الإسلامية وعصري أنيق في نفس الوقت. يبحثون عن قطع تناسب مختلف المناسبات ويمكن تنسيقها مع قطع أخرى بكل سهولة.

• فئة العمل:

سيدات يبحثن عن ملابس أنيقة وعملية تناسب بيئة العمل الشبه رسمية.

• فئة المناسبات:

يفضلن القطع المميزة لإطلالات الحفلات الصغيرة، المناسبات البسيطة أو الخروجات مع الأصدقاء.

• فئة الكاجوال:

يهتمون بالراحة والبساطة في الملابس اليومية أثناء التنقل أو التسوق.

• فئة الرياضة والنشاط:

يقدرون ملابس مريحة وأنيقة تناسب نمط حياتهن النشط.

Segmentation

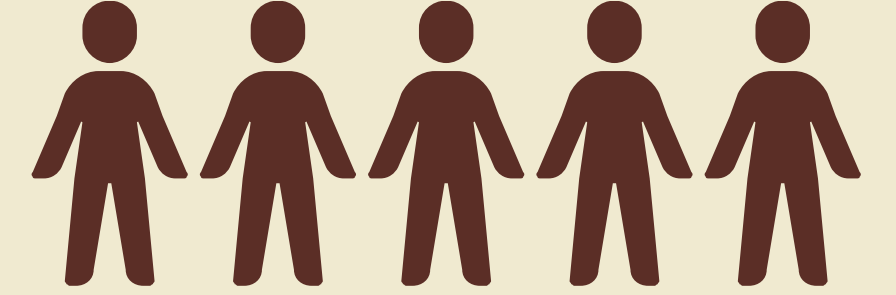
القيم والإحتياجات (Needs & Values):

- الإلتزام بالإحتشام مع الحفاظ على الأناقة.
- ملابس عملية وعصرية تتناسب مع ثقافتهم ودينهم.
- سهولة التسوق عبر الإنترنت مع خيارات شحن موثوقة وسريعة.
- تعزيز ثقة المحجبات بأنفسهن من خلال تصميمات خاصة بهن.
- مزيج يجمع بين القيمة مقابل السعر، العصرية والراحة.

6 المنصات المناسبة للإعلانات:

- إنستغرام: عرض محتوى بصري مميز من صور وفيديوهات قصيرة .
- فيسبوك: الإعلان عن العروض والخصومات.
- تيك توك: مقاطع قصيرة تعرض طرق تنسيق الملابس بطريقة جذابة.

Target Audience



تحديد الجمهور بناءً على خصائصه:

1- النساء العملية المحبة للتجديد ذوات الدخل المتوسط وما فوق (18-30 سنة):

- **إحتياجات:** ملابس عصرية ومحتشمة وألوان زاهية تناسب الموضة.
- **رغبات:** تصاميم حديثة، وتجربة تسوق سهلة عبر الإنترنت.
- **كيف تخدمهم:** تقديم أزياء تناسب الخروجات اليومية والجامعة.
- **أين؟** 1- بني سويف وما حولها 2- القاهرة و الاسكندرية 3- مدن القناة

2- فئة ثانوية: السيدات أصحاب الدخل المتوسط وما فوق اللواتي يفضلن ازياء تناسب قيمهم وسهلة الارتداء (30-45 سنة):

- **إحتياجات:** ملابس فضفاضة مناسبة للأمهات العملية والإحتياجات العائلية.
- **رغبات:** جودة عالية، أسعار معقولة، قطع تناسب المناسبات والعمل. يفضلون الدفع عند الإستلام.
- **كيف تخدمهم:** تقديم خيارات متنوعة متوافقة مع قيمهم وتفضيلاتهم.
- **أين؟** 1- بني سويف وما حولها 2- القاهرة و الاسكندرية 3- مدن القناة



Buyer Persona 1

Name	سالي أحمد
Age	٢٠
Gender	انثى
Location	بورسعيد
Language	عربي - إنجليزي
Education	سنة تانية - كلية فنون جميلة
Income	بتعمد على أسرتها (من ٣٠٠٠ : ٤٠٠٠) جنيه مصري
Social Status	عزباء
Occupation	طالبة- بلوجر

Websites	تيك توك - انستجرام - شي إن - بنترست
Technology usage	<ul style="list-style-type: none">• مستخدمة نشطة جدًا لوسائل التواصل الاجتماعي. تتابع مؤثري الموضة والعلامات التجارية الفريدة. تبحث عن نصائح في مجال الأزياء.• تتفقد المتاجر الإلكترونية باستمرار وتقرأ آراء المستخدمين .• تقوم بإنشاء محتوى خاص بها يتمحور حول نصائح وحيل الديكور
Values	<ul style="list-style-type: none">• المعتقدات الدينية.• الإبداع والتعبير عن الذات.• الجمال في البساطة.
Motivations & Influences	<ul style="list-style-type: none">• تستكشف باستمرار أحدث صيحات الموضة وتنسيقات الألوان الشائعة.• تستلهم من أنماط المؤثرين الآخرين.• زملاؤها وأصدقائها يشكلون مصدر إلهام لها.• تسعى للحصول على التقدير من تعليقات الزملاء (خاصة على إطلاقاتها) ومن التفاعل على منشوراتها في وسائل التواصل الاجتماعي.
Goals / Aspirations	<ul style="list-style-type: none">• أن تكون مصممة داخلية فريدة تتميز بأعمالها الإبداعية.• ترتدي بطريقة تعبر عن معتقداتها وتعزز ثقتها بنفسها.• تكون خزانة ملابس عصرية ومحتشمة.

Personality Traits	<ul style="list-style-type: none">• شخصية اجتماعية ومبدعة، تحب الألوان الزاهية وألوان الباستيل.• تهتم بتناسق الألوان وتستمتع بدمج قطع ملابسها بطريقة متناغمة.• لا تخاف من التجربة، ودائمًا تبحث عن علامات تجارية جديدة.• شغوفة بالموضة وتحب مواكبة كل ما هو جديد.
Challenges / Pain Points	<ul style="list-style-type: none">• البحث عن ملابس تعبر عنها كامرأة محبة، مع الحفاظ على الأناقة والراحة.• السعي للتعبير عن نفسها بشكل أفضل من خلال أسلوبها.• تواجه صعوبة في العثور على إلهام لأساليب تناسبها وتعزز ثقتها بنفسها.• إيجاد ملابس غير شفافة أو ضيقة بشكل مبالغ فيه.
Lifestyle	<ul style="list-style-type: none">• نشطة على وسائل التواصل الاجتماعي.• شخصية اجتماعية ولديها الكثير من الأصدقاء الذين يحبونها في الجامعة.• تحضر العديد من فعاليات الفن والتصميم، وغالبًا ما تشارك في مسابقات إبداعية.• تتسوق عبر الإنترنت بشكل متكرر لاقتناء قطع مميزة تضيفها إلى خزانة ملابسها.
Occasions	<ul style="list-style-type: none">• في فعاليات الجامعة وخارجها، التجمعات العفوية، وصور السيلفي على وسائل التواصل الاجتماعي.
Buying Behavior	<ul style="list-style-type: none">• عوامل القرار: متابعة أحدث صيحات الموضة، تنسيق الألوان، ومناسبة للحجاب.• الإنفاق: تخصص معظم دخلها المتاح للإنفاق على الأزياء.• استخدام المنتجات: للملابس اليومية، إطلالات الجامعة، الخروجات الأسبوعية والفعاليات. تُستخدم أيضًا في تصوير الفلوجات والمقاطع القصيرة.

Buyer Persona 2



Name	مريم
Age	40
Gender	أنثى
Location	بني سويف
Language	عربي
Education	دراسات إسلامية - جامعة الأزهر
Income	6000 EGP
Social Status	متزوجة ولديها طفلين (18 و 13 سنة)
Occupation	مديرة قسم لغة عربية بأحدى المدراس ، محفظة قرآن بدوام جزئي.

Websites	فيسبوك، إنستجرام (تستخدمهم للتصفح والنصائح والإلهام والتسوق عبر الإنترنت) واتساب وزوم. (للعمل)
Challenges / Pain Points	1- العثور على ملابس تتناسب مع إحتياجاتها وتوفر قيمة مقابل السعر. 2- إيجاد توازن بين الجودة والراحة في الملابس. 3- الحاجة إلى العثور على ملابس فضفاضة، بأكمام طويلة ليست شفافة أو ضيقة. 4- الصعوبة في العثور على قطع ملابس متينة ومتوفرة بمقاسات متنوعة.
Personality Traits	متدنية للغاية وإجتماعية. أطفالها وعائلتها يأتيان في المقام الأول. تحب السفر وتتمتع بشخصية منفتحة. أيامها مشغولة ومليئة بالحركة. هي قدوة للعديد من الأشخاص من حولها. وذات مكانة مرموقة وكاريزما.
Motivations & Influences	<ul style="list-style-type: none">• البقاء على اتصال مع مجموعتها الاجتماعية وكونها قدوة أمر مهم جدًا بالنسبة لها.• الجودة والقيمة: تقدر الأشياء المتينة.• سهولة الاستخدام: تفضل التسوق مع سياسات إرجاع سهلة، وشحن سريع، والدفع نقدًا.• تقرأ التعليقات و المراجعات قبل الشراء دائمًا.
Values	<ul style="list-style-type: none">• معتقداتها الدينية دائما في المرتبة الاولى• أن تكون نموذج يُحتذى به.• الوقت و التنظيم

Goals / Aspirations	<ul style="list-style-type: none">• البقاء محتشمة وأنيقة في دائرتها الاجتماعية.• أن تستمر في وضع مثال لما يجب أن تكون عليه المرأة الناجحة في الأسلوب والتصرفات وغيرها.
Lifestyle	مشغولة ونشيطة. دائمًا في حركة مستمرة. اجتماعية للغاية ودائمًا محاطة بالآخرين. تتعامل عادة مع العلامات التجارية التي تعرفها ونادرًا ما تخاطر بتجربة العلامات الغير معروفة. تأخذ أطفالها إلى الأندية الرياضية أسبوعيًا. تحضر الندوات الدينية بانتظام.
Buying Behavior	<ul style="list-style-type: none">• عوامل اتخاذ القرار: الجودة، السعر، والأسلوب.• الإنفاق: ميزانية متوسطة إلى مرتفعة. تقوم بالشراء خلال العروض والتخفيضات.• استخدام المنتج: تفضل القطع التي يمكن تنسيقها بطرق متعددة للمناسبات اليومية وشبه الرسمية. مريحة وتناسب أسلوب حياتها النشط.

Buyer Persona 3



Name	إسراء
Age	29
Gender	أنثي
Location	بني سويف
Language	عربي - انجليزي
Education	تجارة
Income	6000
Social Status	مخطوبه
Occupation	مصلحة الضرائب

Websites	فيسبوك، أنستجرام، لينكدن إن
Challenges / Pain Points	<ul style="list-style-type: none">• صعوبة في إيجاد ملابس ليست شفافة أو ضيقة ولا تحتاج لإرتداء طبقات إضافية تحتها.• ترغب في تكوين مجموعة أطقم مناسبة لكل زمن وعصر.• ملابس سهلة و عملية في الارتداء و لا تحتاج لكوي كثير.
Goals	<ul style="list-style-type: none">• زيادة الثقة بنفسها• بتدور علي لبس محتشم يبرز جمالها
Motivations & Influences	<ul style="list-style-type: none">• بتاخذ إلهام من ستايلات أقاربها والسوشيال ميديا• كون القطعة ممكن تتناسب مع حاجات كتير وسعرها مناسب بيشجعها جدا تاخذ قرار• برغم إنها مخصصة جزء من مرتبها للأزياء إلا إنها مهتمة يكون عندها قطع بجودة عالية وعصرية وجاهزة تزود ميزانيتها اكثر لو القطعة هتخدمها بأكثر من شكل.• التعامل السهل والرد السريع والخطوات القليلة بتشجعها تطلب من البراند.
Values	<ul style="list-style-type: none">• المصداقية• الاجتهاد• بتحب تدعم المشاريع الصغيرة• التميز و الأفكار الجديدة

Motivations & Influences	<ul style="list-style-type: none">• بتاخذ إلهام من ستايلات أقاربها والسوشيال ميديا• كون القطعة ممكن تتناسب مع حاجات كثير وسعرها مناسب بيشجعها جدا تاخذ قرار• برغم إنها مخصصة جزء من مرتبها للأزياء إلا إنها مهتمة يكون عندها قطع بجودة عالية وعصرية وجاهزة تزود ميزانيتها اكثر لو القطعة هتخدمها بأكثر من شكل.• التعامل السهل والرد السريع والخطوات القليلة بتشجعها تطلب من البراند.
Values	<ul style="list-style-type: none">• المصداقية• الاجتهاد• بتحب تدعم المشاريع الصغيرة• التميز و الأفكار الجديدة
Personality Traits	اجتماعية - مستقله ماديا - بتحب التسوق - ملتزمة (وبتحب الجيب والدريسات)
Lifestyle	<ul style="list-style-type: none">• تهتم بالخروج في نهاية الاسبوع مع العيلة و الاصدقاء• بتهتم بالمناسبات الاجتماعية• بتشارك في الاعمال التطوعية• بتهتم بتفاصيل لبسها اللي تعكس شخصيتها• عمليه بتفضل القطع اللي تسهل حياتها اليوميه من غير ما تفقد الجودة

Group 3 Members

Kholoud Khaled Abdelaal

Amira Salaheldin Taha

Shaimaa Mohamed

Aya Khalefa Hassan

Mohamed

Reem Khaled Mahmoud

Thank You
By Group 3