



Home

About

Contact



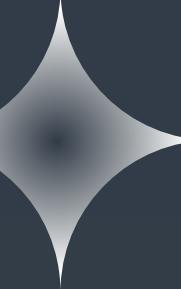
MARKETING PLAN

SEP 2025

Created By Group:
Ninja Turtles

EL
MEKKAWY
HOME APPLIANCES





Agenda

Brand Tone & Voice 08

Buyer Persona 09

platforms 10

content calender 11

Ads Plan 12

action plan 13

Recommendations 14

about el-mekkawy 01

USP 02

SWOT Analysis 03

competitive analysis 04

Brand Identity 05

objectives 06

STP 07

ABOUT EL-MEKKAWY



معرض المكاوي للأجهزة الكهربائية واحد من أقدم وأشهر معارض بيع الأجهزة المنزلية في ميت غمر - محافظة الدقهلية، بخبرة تمتد لأكثر من 20 عاماً.

يقدم المعرض أحدث الأجهزة من أفضل الماركات بجودة عالية وأسعار تنافسية، ويملك فرعين رئисيين في ميت غمر:

- الفرع الأول: شارع المنتزه أمام نادي ميت غمر - خلف مستشفى كليوباترا.

- الفرع الثاني: أمام كوبري الصافورية - طريق المنصورة/القاهرة (المعرض والمخزن الرئيسي).

يخدم المعرض عملاءه داخل ميت غمر وضواحيها، بالإضافة إلى مدن المجاورة مثل (أجا، زفتى، السنطة، وديرب نجم).

مميزات معرض ماوي (USP)



عروض وخصومات
مستمرة



خبرة تتجاوز 20 عاماً
وسمعة قوية



توصيل مجاني داخل
مدينة ميت غمر

SWOT ANALYSIS

A magnifying glass is positioned over a bar chart with an upward-pointing arrow, symbolizing analysis or examination.



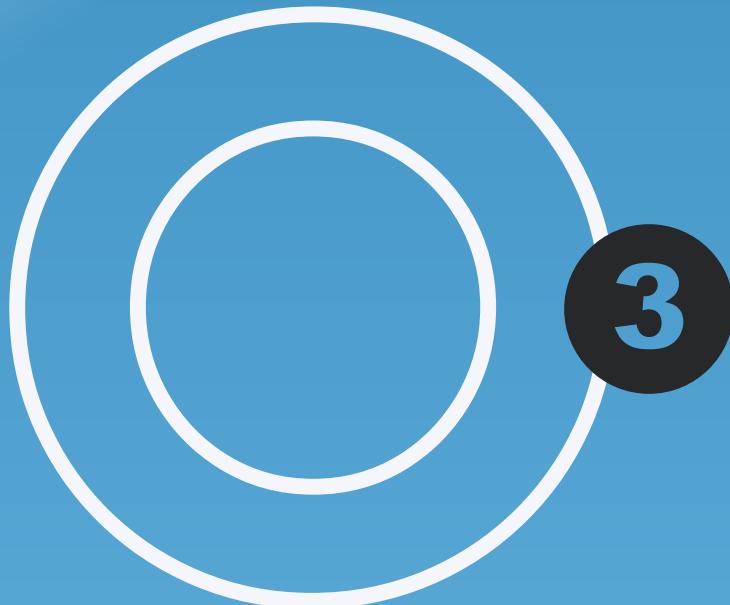
نقاط القوى - Strengths

- سمعة قوية وخبرة أكثر من 20 سنة في السوق.
- عدد متابعين قوي على السوشيال ميديا و يوجد تفاعل من الجمهور .
- تنوع كبير في المنتجات ثلاجات - غسالات - فريزرات - بوتاجازات - وأجهزة أخرى).
- يمتلك فرعين في المدينة مما يسهل وصول العملاء.
- قاعدة عملاء أوفياء بسبب السمعة الطيبة علي المدى الطويل



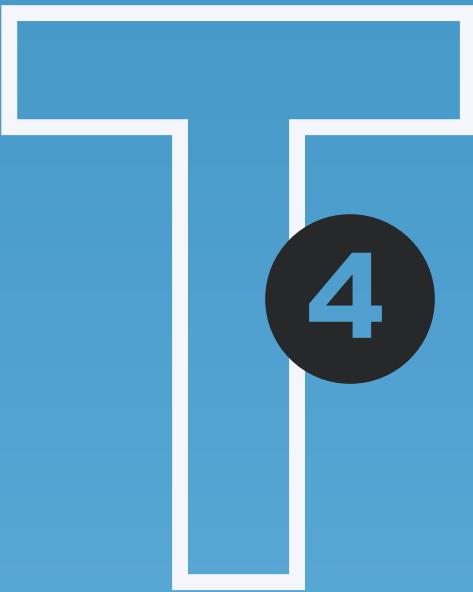
نقاط الضعف - Weaknesses

- المنافس يمتلك معرض أكبر مساحة للعرض.
- أسعار أعلى من المنافس في بعض المنتجات.
- قلة العروض الترويجية والخصومات مقارنةً بالمنافس.
- ضعف في الرد على رسائل السوشيال ميديا و ضعف في خدمة المبيعات بها.
- التصاميم و خطة النشر ضعيفه
- عدم الاهتمام بالمتجر إلكتروني و الاعتماد الأكبر على السوشيال ميديا.



الفرص - Opportunities

- تطوير متجر إلكتروني لمواكبة اتجاه السوق نحو الشراء أونلاين وزيادة المبيعات خارج حدود الفروع.
- تقديم خطط تقسيط وتمويل مرنة بالتعاون مع البنوك أو شركات التمويل لجذب فئة أكبر من العملاء.
- الحصول على عدد أكبر من التوكيلات من علامات تجارية كبرى مما يعزز الثقة ويوسّع قاعدة العملاء.
- الاستثمار في التسويق الرقمي عبر الإعلانات الممولة، التعاون مع مؤثرين محليين، وزيادة التواجد على المنصات الاجتماعية.
- استغلال المواسم وفترات الذروة (سيzon العرائس - عيد الام - المواسم الدينية والأعياد....) لإطلاق عروض وحملات تسويقية مخصصة.



التهديدات - Threats

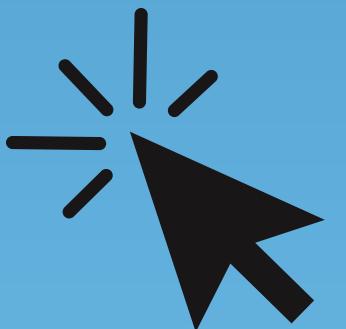
- المنافسة السعرية القوية من المعارض المحلية.
- تفوق بعض المنافسين بحجم معارض أكبر وتجربة شراء أوسع.
- انتشار منصات التجارة الإلكترونية (جوميا - أمازون - نون - بي تك) وزيادة ثقة العملاء فيها.
- التحديات الاقتصادية وتراجع القدرة الشرائية للعملاء.
- احتمالية دخول منافسين جدد في نفس المنطقة بميزانيات تسويقية أكبر.
- ضعف ولاء العملاء في سوق الأجهزة الكهربائية واعتمادهم على العروض فقط.

COMPETITORS ANALYSIS

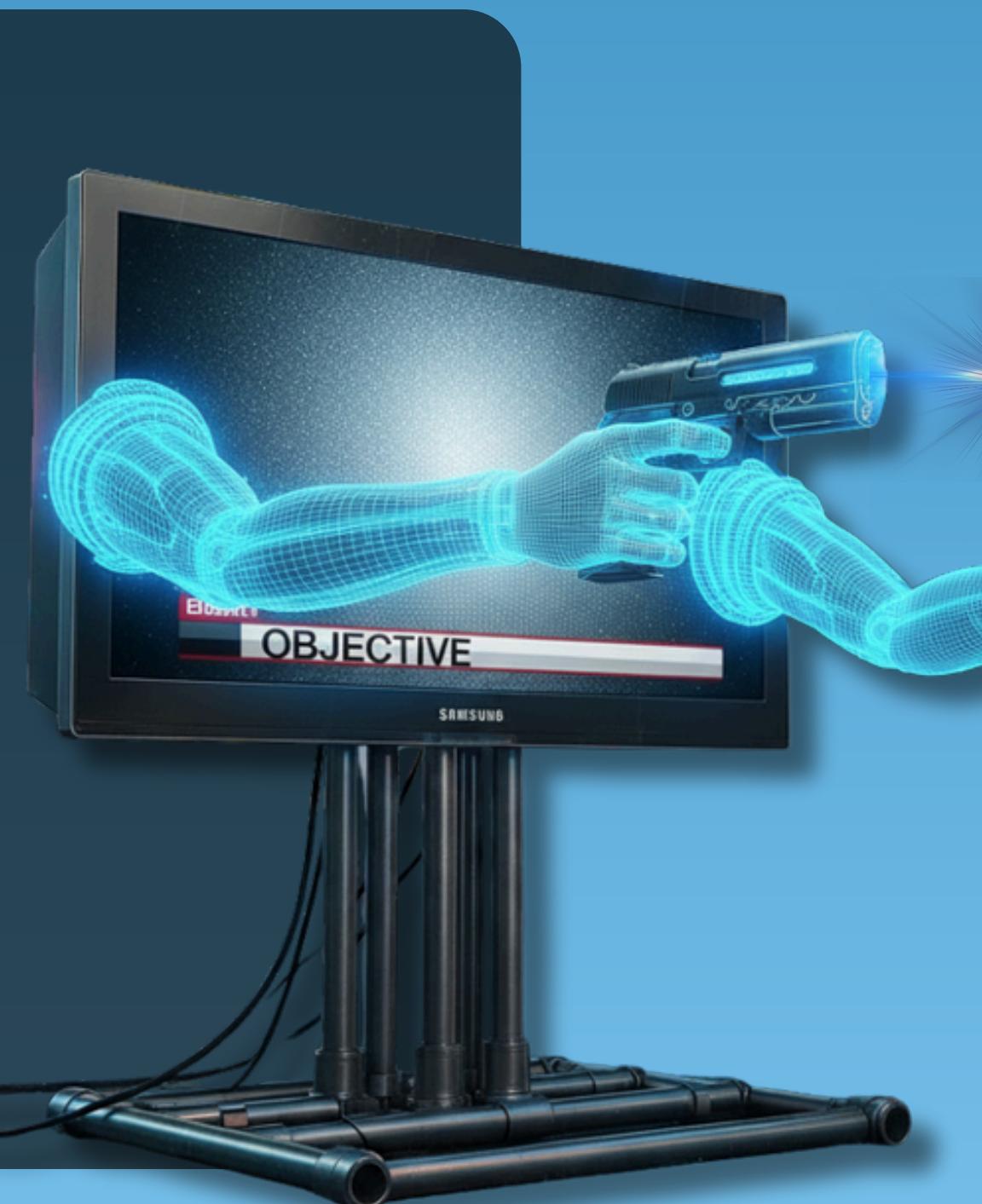
A	B	C	D	E
Channel	Elmekawy	Elbanawy	Awad Serag	El Ghazawy
Competitor Type	Own Business	Direct Competitor	Indirect Competitor	Indirect Competitor
Facebook Page Name	المکوی الاجمدة الکبرياتية El-Mekkawy	البنوي الاجمدة الکبرياتية Elbanawy	عوض سراج	Elghazawy Group
Page Created	Jul-15	May-19	Aug-24	Aug-22
Followers	29K	16K	83K	168K
Reviews	100% Recommend (6 Reviews)	Not	Customer Videos	Customer Videos
Major Products	Home Appliances	Home Appliances	Home Appliances	Home Appliances & Electronics
Posting Regular or not	not	not	yes	yes
# of posts/week	1	1	7	30
average likes / post	15	10	40	55
average Comments / post	4	2	15	23
average shares / post	1	0	5	3
paid posts/not	not	not	yes	yes
USP	Established reputation of over 20 years, resulting in a broad and loyal customer base.	A spacious two-story Store dedicated to showcasing a wide range of electrical appliances	Customer competitions with wider reach through multiple branches	Customer competitions with wider reach through multiple branches
Type of content	single / carousel	Carousel / Video	Single / Carousel / Reels	Single / Carousel / Reels
Visual Identity	Logo and images	Logo and images	Logo and images	Logo and images
Contacts through?	Call / WhatsApp/ messaging	messaging	Call / messaging	Hot line / messaging
Website	www.elmekawy.net	not	https://www.awadserag.com/	https://elghazawy.com/

COMPETITORS ANALYSIS

شيت تحليل المنافسين



OBJECTIVES



- زيادة المبيعات والوعي بالمعرض خلال 3 أشهر (سبتمبر - أكتوبر - نوفمبر).
- تعزيز الوعي بالمعرض: توسيع نطاق الوصول للجمهور المستهدف في محافظة الدقهلية، لترسيخ مكانة المكاوي كجهة رائدة وموثوقة في قطاع الأجهزة الكهربائية.
- تحفيز نمو المبيعات: تحويل الاهتمام المتزايد بالمنتجات إلى مبيعات فعلية، من خلال تحسين معدلات التحويل وزيادة كفاءة قنوات التواصل مع العملاء.
- بناء مجتمع رقمي ملخص: تعزيز التفاعل مع الجمهور عبر منصات التواصل الاجتماعي، بهدف بناء علاقة مستدامة وزيادة ولاء العملاء للمعرض.



SEGMENTATION

Geographic:

- سكان مدينة ميت غمر والمدن المجاورة (أجا - زفتى - السنطة - ديرب نجم).

Demographic:

- الفئة العمرية: 20 - 55 سنة.
- المستوى الاقتصادي: الطبقات B و C.
- الحالة الاجتماعية: مخطوبين أو مقبلين على الزواج + عائلات.



SEGMENTATION

behavioural:

- العملاء الذين يثقون في السمعة والخبرة الطويلة.
- العملاء الباحثون عن خدمة ما بعد البيع الجيدة.
- العملاء الذين يفضلون المعاينة والشراء المباشر من الفروع.

Sychological:

- الأشخاص الذين يفضلون التسوق التقليدي والتعامل المباشر.
- الأشخاص الذين يثقون في آراء الأهل والأصدقاء وتجاربهم.
- الأشخاص الذين يبحثون عن تجربة تسوق مريحة مع خدمة عملاء مميزة.



TARGETING

- سكان مدينة ميت غمر والمدن المجاورة (أجا - زفتى - السنطة - ديرب نجم).
- الشباب المقبلين على الزواج: باكديجات أجهزة مجمعة (ثلاجات - غسالات - بوتاجازات - إلخ).
- الأسر والعائلات: اللي يحتاجين تجديد أجهزتهم أو استبدال جهاز تالف، غالباً بيستهدفوا الأجهزة الصغيرة (خلاط - مراوح - AIR FRYER).



POSITIONING

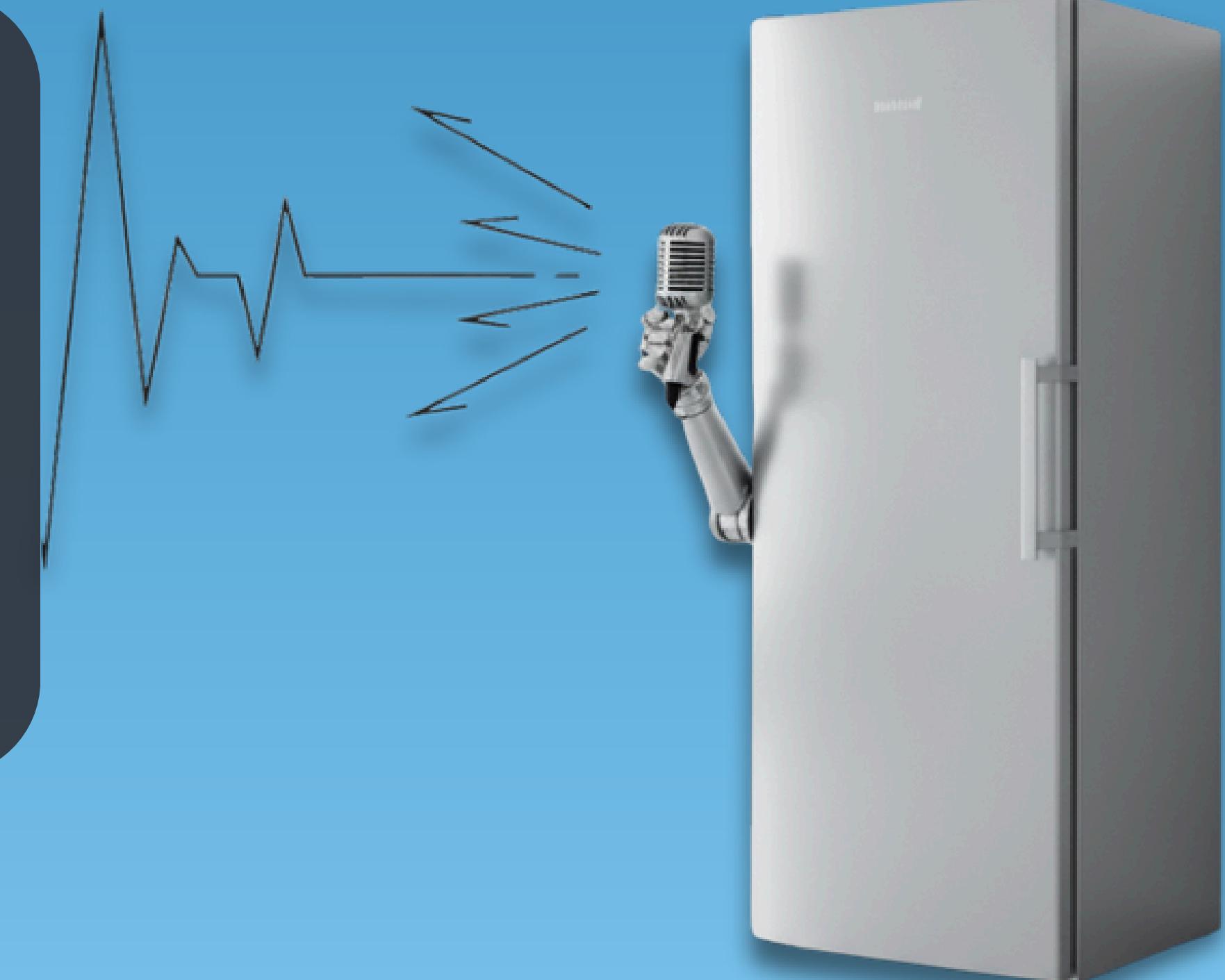
- **القيمة والجودة** : الاجهزه فرز اول (للعرسان)
- **الثقة والخبرة** : معرض مكاوي خبره لاكثر من 20 سنة كان شريك كل عروسه بتشتري جهازها وصديق لكل عيلة بتجدد بيتها (الشباب والاسر)
- **خدمة مميزة** : خدمة ما بعد البيع / دعم بعد الشراء
- **(العرسان) سبب كافي لاختيار معرض مكاوي**



BRAND TONE & VOICE

BRAND VOICE (صوت البراند):

- ودود و قريب من الناس:** يخاطب العملاء بأسلوب سهل وبسيط و باللغة عربية عامية.
- موثوق:** يعكس خبرة 20 سنة وسمعة قوية.
- مباشر و عملي:** يركز على الفوائد والعروض بوضوح.
- إيجابي و مشجع:** يشجع العميل إنه بيشتري بأمان وضمان وان يوجد خدمة ما بعد البيع.



BRAND TONE & VOICE

BRAND TONE (نبرة التواصل):

- بسيئة وعائية:** تخاطب الأسر والعرايس المقبلين على الزواج.
- مطمئنة و واثق:** اشتري وانتي مطمئنة- ضمان + توصيل مجاني.
- حماسي في العروض:** يظهر الحماس في الخصومات والسيزونز.
- إرشادي وتعليمي:** يقدم نصائح للعميل عن اختيار الأجهزة واستعمالها.

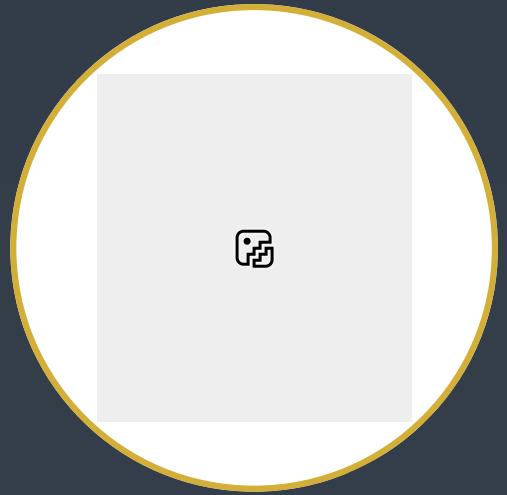


PLATFORMS



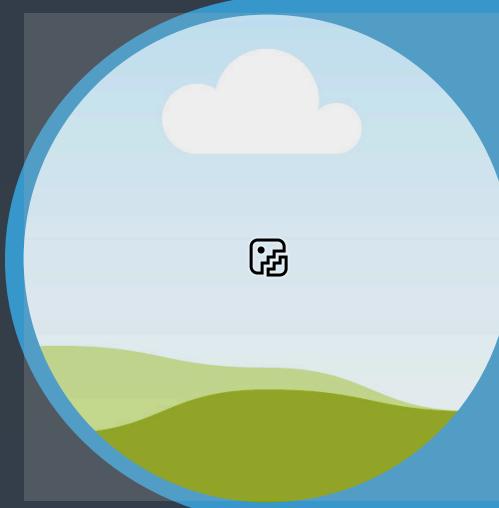
FACEBOOK

المنصة الرئيسية لعرض المنتجات والعروض والتفاعل مع الجمهور (الأكبر من حيث عدد المتابعين والاعلانات).



TIKTOK

ليست أساسية في المرحلة الحالية.



INSTAGRAM

منصة مساندة لتعزيز الهوية البصرية للبراند والتواصل مع فئة العرائس و كلاس B+ و تعزيز المتابعين و المبيعات .

BUYER PERSONA 1



NAME	نهى
AGE	30 سنة
LOCATION	ميت غمر
MARITAL STATUS	مخطوبة
OCCUPATION	دكتورة / تعليم جامعي / موظفة بالقطاع الخاص

الاهداف	<ul style="list-style-type: none"> شراء اجهزة كهربائيه موثقه تناسب الميزانيه 	المخاوف و الاعتراضات الشائعة	<ul style="list-style-type: none"> الاجهزه تطلع مضروبه المكان ما يكونش ثقه و سمعته حلوه وكل الناس بتشكر فيه خدمة ما بعد البيع تكون وحشه (افتح جهاز من كرتونته اكتشف ان فيه مشكله كبيره ارجع للمكان ما يقدمليش اي حل) بخار اشتري باكده فيه اجهزة كتيره بسعر قليل اوي (كلها حجات بتضرب مجرد ما افتحها من الكرتونه بالتالي عايزه باكده اه بس الاجهزه اللي فيها تكون انواع محترمة وموثوق منها)
التحديات	<ul style="list-style-type: none"> الميزانية محدودة تحتاج الي افضل قيمة مقابل مال اقل الخوف من الكواليه و ان الاجهزه تبقا مضروبة 	السلوك الرقمي	<p>فيسبوك وانستجرام وجوجل بتسأل دايما اصحابها المتجوزين او المقربين علي الزواج وبتستشير في محيط العائله</p>
الكلمات اللي بتوصف المنتج	<p>هقبض الجمعية في شهر 11 وده موسم تخفيضات وعايزه اشتري الاجهزه كلها (الكهرباء) مرة واحدة ومحتجة مكان موثوق منه اضمن ان الاجهزه مش مضروبه (ماتبوضطش بسرعه بعد ماابدا شغلها) ولو حصل حاجة ف اي جهاز انا عارفه اني هرجع للمكان اللي اشتريت منه وهيساعدني (خدمة ما بعد البيع) في نفس الوقت عايزه اشتري نوع كوييس من كل الاجهزه عشان تعيش معايا وياسلام لو لقيت عرض باكده علي بعضه كده يلملي اكبر تلت اجهزة (الغساله والبوتاجاز والثلاجة) ابقا كده ريحت بالي</p>	الرسالة التسويقية	<ul style="list-style-type: none"> ركز على العروض التي تناسب تجهيز العروسين. استخدم محتوى يظهر مтанة الأجهزة وشهادات العملاء. أبراز وجود خدمة ما بعد البيع مثلًّا: "جهاز العروسين من مكاوي: اختر من بين أفضل الماركات بضمان سنتين- ثقتك هي أساس شغلنا.

BUYER PERSONA 2



NAME	ليلى
AGE	55 سنة
LOCATION	ميت غمر
MARITAL STATUS	متزوجة و لها ابناء
OCCUPATION	ريدة منزل / تعليم

الاهداف	<ul style="list-style-type: none"> • بتفكر في جهاز بنتها وانها تبدأ فيه قبل غلاء الاسعار 	المخاوف و الاعتراضات الشائعة	<ul style="list-style-type: none"> • الاجهزة تطلع انواع مضروبه • متلاقيش خصومات حقيقية 		
التحديات	<ul style="list-style-type: none"> • بتثق فالاماكن ذات السمعة الطيبة / الاسعار الاقل 	فيسبوك / بفضل الذهاب للمعرض بنفسها بتسأل دايما عيلتها وجيرانها عن افضل انواع الاجهزة			
الكلمات اللي بتوصصف المنتج	<p>تحتاج الفترة الجايه تجهز بنتها قبل غلاء الاسعار وتستغل العروض بس محتاجة مكان موثوق بيعمل عروض حقيقة وهي بفضل تروح المعرض بنفسها وتشوف الخصومات والاسعار وبختار مكان دايما من ترشيح جيرانها وعيلتها</p>				
السلوك الرقمي	<ul style="list-style-type: none"> • التركيز على العروض والخصومات • شهادات العملاء اللي اشتروا من المكاوي ولقوا خصومات حقيقة • ميزة التوصيل الداخلي داخل مدينة ميت غمر 				
الرسالة التسويقية					

BUYER PERSONA 3



NAME

نادية

AGE

40 سنة

LOCATION

اجا

MARRITAL STATUS

متزوجة ولديها
ثلاث ابناء

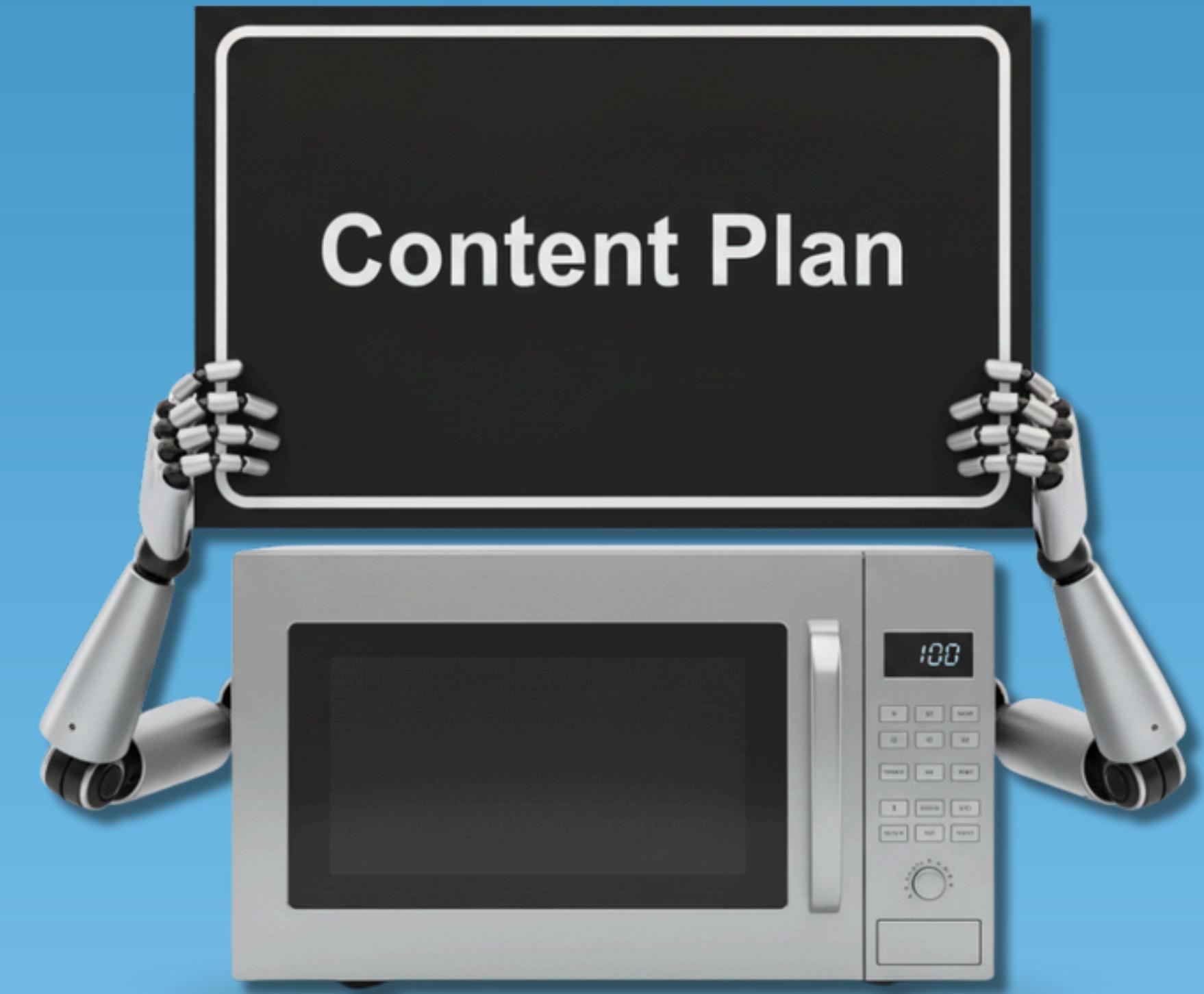
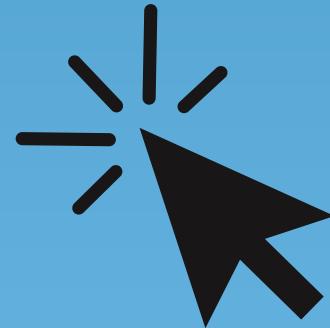
OCCUPATION

موظفة/تعليم
فوق المتوسط

الاهداف	<ul style="list-style-type: none"> استبدال ثلاجتها القديمة التي تعطلت بأخرى حديثة وأكبر حجماً شراء جهاز من مكان موثوق به يضمن لها جودة المنتج وخدمة ما بعد البيع الاستفادة من عروض وتخفيضات الجمعة البيضاء (Black Friday) للحصول على أفضل سعر ممكن 	المخاوف و الاعتراضات الشائعة	<ul style="list-style-type: none"> خدمة التوصيل والتركيب لأجا معنديش وقت الف كتير عشان اوصل لاحسن نوع بافضل سعر
التحديات	<ul style="list-style-type: none"> الميزانية محدودة تحتاج الي افضل قيمة مقابل المال مفيش وقت تلف علي اماكن كتيرة بتروح دايماً لمكان سمعته طيبة وموثوق 	السلوك الرقمي	<p>فيسبوك / بتستشير زمايلها فالشغل</p>
الكلمات اللي بتوصف المنتج	<p>عايزه اشتري تلاجة توفرلي فاستهلك الكهربا ومستنيه عروض اخر السنه عشان اشتري بس مفيش وقت من الشغل برجع البيت يدوب ما بلحقش انزل والف كتير فيسال زمايلي بيشتروا منين وغالباً بيشتروا من ميت غمر</p>	الرسالة التسويقية	<ul style="list-style-type: none"> التركيز على العروض والخصومات (عروض الجمعة البيضا) و المناسبات خبرة اكتر من 20 سنة المكاوي عنده انواع مختلفه من التلاجات بتناسب الميزانيه ايا كانت بالنالي مشن هتحتاج تلف كتير بره مزايا الاجهزه الموفرة للطاقة

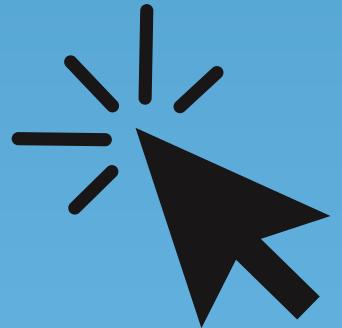
Content Plan

شیت خطة المحتوى



ADS PLAN

شیت خطة الأعلانات



Action Plan-September



BRAND IDENTITY : تصميم وتنفيذ هوية بصرية موحدة للبوستات.

TIKTOK : إنشاء حساب رسمي وتجهيزه بالمحتوى الأولي.

CONTENT :

الأسبوع الثالث → محتوى توعوي (AWARENESS) + محتوى موجه للعرس.

الأسبوع الرابع → محتوى تفاعلي + محتوى لزيادة المبيعات.

ADVERTISING : إطلاق حملات إعلانية ممولة في الأسبوع الرابع (تفاعل + مبيعات).

PLATFORMS INTEGRATION : ربط حساب إنستجرام مع فيسبوك لضمان تنسيق الحملات والمحتوى.

INSTAGRAM HIGHLIGHTS : تصميم كفرات احترافية للهايلايت بالهوية الجديدة.

WEBSITE : البدء في تعديل وتطوير الموقع الإلكتروني.

SALES RECOMMENDATIONS :

إعداد دليل مبسط لفريق المبيعات عن كيفية الرد على العملاء.

جمع إحصاءات من العملاء (REVIEWS - طلبات - أكثر المنتجات مبيعاً).



THANK
YOU

