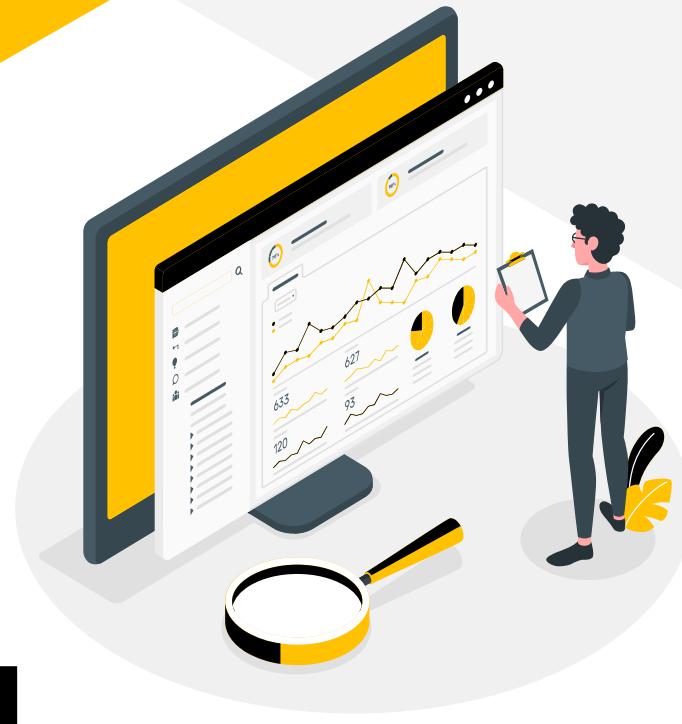


# Marketing Plan



# Wethaq

Name: Wethaq Modest Women's Clothes



# Business Summary

## -Details About company

نبذة مختصر: هو براوند مصرى مختص بملابس النساء وبالتحديد الزي الشرعي (الحجاب، النقاب)،  
تاريخ الإنشاء عام ٢٠١٩

## -Category (Business Field)

ملابس محجبات

## -Market Location ( Egypt or Other country)

Egypt (Online Store)

# SMART Objective

Goal 1: Increase Social Media Followers to 175K  
before the end of the year

Goal 2: Increase Sales on the website by 15%  
before the end of the year

# SWOT Analysis

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"><li>- عدد كبير من المتابعين على إنستغرام 146K.</li><li>- التعاقد مع إنفلوينسرز مشاهير.</li><li>- وجود هوية بصرية وعلامة تجارية واضحة.</li><li>- جودة التصوير والتعبئة والتغليف.</li><li>- محتوى متنوع (ريلز، صور، كواليس).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ضعف التفاعل على فيسبوك وتيك توك.</li><li>- الاعتماد الكبير على الإنفلوينسرز في تحديد طريقة العرض و التصوير.</li><li>- شرط الدفع المسبق يثير تخوف العملاء الجدد.</li><li>- توقف الترويج لبعض الخطوط مثل Matching Line</li><li>- عدم الانتظام في النشر على بعض المنصات</li></ul>
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"><li>- التوسيع على منصات جديدة (تيك توك - سناب - فيسبوك).</li><li>- الاعتماد على محتوى العملاء UGC</li><li>- استهداف أسواق جديدة داخل وخارج مصر</li><li>- عمل عروض موسمية لتعويض شرط الدفع المسبق.</li><li>- استخدام حملات ممولة لزيادة الوصول.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- منافسة قوية من براندات تقدم الدفع عند الاستلام</li><li>- تغيرات في خوارزميات السوشيال ميديا تقلل الوصول المجاني.</li><li>- رفض بعض الإنفلوينسرز التعاون في التصوير حسب الإسكريبيت المكتوب.</li><li>- اعتماد البراند على قناة تسويقية رئيسية واحدة (إنستغرام).</li></ul>

# Competitor Analysis

Social Media	Competitor 1	Competitor 2
Page name	<i>Cinderella store</i> <a href="https://www.instagram.com/cind_arella_store00/">https://www.instagram.com/cind_arella_store00/</a>	Aya El SISI <a href="https://www.instagram.com/a.cc_designs/">https://www.instagram.com/a.cc_designs/</a>
NO of like or follower	68.8 K Followers	192 K Followers
Page created	November 2022	July 2018
publishing rate	4 – 7 posts per week	4 – 7 posts per week
Engagement Rate	3.5K like per post	4.5K like per post
major product or service	كل قطع ملابس المحجبات	كل قطع ملابس المحجبات مع الاهتمام بالجذب
Average price	500 - 1000 LE	750 – 1200 LE

# Audience

إناث من عمر ١٨ حتى ٣٥ سنة - الديانة مسلم - مهتم بالملابس الكاجوال و صيحات الموضة مع الالتزام بالزي الواسع

تقسيم الجمهور:

١- فئة طالبات الجامعة من ١٨ - ٢٣ سنة هي الفئة الأكثر اهتماما

٢- فئة السيدات العاملات من سن ٢٣ - ٣٥ سنة

# Marketing STP

Segmentation	Targeting	Positioning
فئة طالبات الجامعة سن 23 - 35 سنة	<p>الاهتمامات:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>الموضة المحشمة (Modest Fashion)</li> <li>ملابس محجبات</li> <li>أزياء إسلامية</li> <li>فاشون بلوجرز (Hijab influencers)</li> <li>التسوق أونلاين (Online Shopping)</li> <li>براندات شبابية محلية/عالمية (Shein, H&amp;M, Zara, Bershka, Modanisa)</li> </ul> <p>السلوكيات:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>مهتمات بالتسوق أونلاين</li> <li>متابعة صفحات إنستغرام متخصصة في modest fashion</li> <li>مستخدمات إنستغرام بشكل يومي وبيتابعوا ترندات الموضة</li> </ul>	Instagram
فئة السيدات العاملات سن 23 - 35 سنة	<p>الاهتمامات:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>الموضة المحشمة (Modest Fashion)</li> <li>ملابس محجبات عملية وأنيقة</li> <li>أزياء رسمية + كاجوال</li> <li>ماركات عملية (LC Waikiki, Mango, Stradivarius, Max Fashion)</li> <li>محتوى تنظيم الوقت – life style</li> <li>التسوق عبر الإنترنت</li> </ul> <p>السلوكيات:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>متبعات لمتاجر ملابس محجبات واسعة</li> <li>يبيحثوا عن outfits عملية للشغل أو الخروج</li> <li>بيهتموا بالPinterest boards للملابس المحشمة</li> </ul>	Instagram and Facebook

# Buyer Persona

سارة – 20 سنة

الوظيفة/الوضع الحالي:	طالبة جامعية (كلية تجارة/آداب/إعلام)
المكان:	القاهرة / الإسكندرية
الحالة الاجتماعية:	عزباء – تسكن مع أهلها
الصفات الأساسية:	تحب تواكب صيحات الموضة لكن في نفس الوقت محتشمة. بتدور على أسعار مناسبة لأنها لسه معتمدة على مصروف أهلها.
الأهداف/الاحتياجات:	تبان شيك وعصيرية وسط أصحابها في الجامعة والخروقات. تلاقي لبس محجبات واسع وأنيق وسعره معقول. تشتري بسهولة أونلاين مع توصيل سريع.
التحديات/المخاوف:	المنتجات أونلاين ما تطلعش زي الصورة. مقاسات مش مضبوطة أو خامات ضعيفة. أسعار غالية مش مناسبة لطالبة جامعة.
القنوات التي تتفاعل معها:	فيسبوك، جروبات الجامعة على، واتساب وفيسبوك TikTok انستجرام،

# Buyer Persona

مي – 25 سنة

الوظيفة/الوضع الحالي:	موظفة في شركة خاصة / معلمة / موظفة بنك
المكان:	المدن الكبرى (القاهرة – الجيزة – الإسكندرية – المنصورة – طنطا)
الحالة الاجتماعية:	متزوجة
الصفات الأساسية:	عملية جدًا لكن بتحب تiban أنيقة. بتوافق بين شغفها وحياتها الاجتماعية. عندما قدرة مادية متوسطة إلى جيدة (مستعدة لدفع أكثر مقابل الجودة).
الأهداف/الاحتياجات:	تلaci لبس محترم واسع ينفع للشغل ويكون أنيق في نفس الوقت. لبس يديها مظهر رسمي وكاجوال شيك في الخروجات. خامات كويسيّة تحمل الغسيل وكثرة الاستخدام.
التحديات/المخاوف:	الوقت الضيق للشوبينج (تحتاجة أونلاين مع توصيل مضمون). صعوبة تلaci ملابس تجمع بين العملية والموضة. عدم الثقة في بعض البراندات المحلية من حيث الجودة.
القنوات التي	<a href="#">Instagram</a> <a href="#">Facebook</a> <a href="#">LinkedIn</a>

# Social Media Channels

Channel	Posts Numbers	Post Type
Instagram	<b>20 - 25</b>	Reels and carosel
Facebook	<b>15</b>	Reels

# Action Plan

1-

2-

3-

# Thanks

