

وثاق

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

Instagram

- تاريخ الإنشاء: أغسطس ٢٠١٩
- عدد المتابعين: 146k
- تغيير الاسم: تم تغييره ٣ مرات (الاسم السابق كان (wethaq 2019
- أغلب المحتوى عبارة عن Reels وصور منفردة (Photo single).

Reels:	الصور:
1. عروض أزياء بواسطة إنفلونسرز مشاهير (سيتم ذكر حساباتهم في نهاية التحليل). 2. استخدام أصوات لأغاني مشهورة بدون موسيقى. 3. التصوير والفيديو يتم بواسطة الإنفلونسرز أنفسهم. 4. أماكن التصوير ودقة الفيديو جيدة. 5. محتوى كواليس التعبئة والتغليف (Packaging جيد).	1. صور للإنفلونسرز. 2. صور مقربة لشكل المنتجات. 3. تصاميم لمناسبات دينية (العشر من ذي الحجة – رمضان – العيد).

TikTok:

فيسبوك:

- ٦٠ ألف متابع | ٥١ ألف إعجاب
- التفاعل ضعيف نوعًا ما
- لا يتم النشر بشكل دوري
- تاريخ الإنشاء: نوفمبر ٢٠٢٤
- عدد المتابعين: ١,٠٨٩ فقط
- يتم التركيز على الريلز

Weaknesses	Strengths
- ضعف التفاعل على فيسبوك وتيك توك.	- عدد كبير من المتابعين على إنستجرام (١٤٦k).
- الاعتماد الكبير على الإنفلونسرز في المحتوى.	- التعاقد مع إنفلونسرز مشاهير.
- شرط الدفع المسبق يقلل من ثقة العملاء الجدد.	- وجود هوية بصرية وعلامة تجارية واضحة.
- توقف الترويج لبعض الخطوط (مثل <i>Matching Line</i>).	- جودة التصوير والتعبئة والتغليف.
- عدم الانتظام في النشر على بعض المنصات.	- محتوى متنوع (ريلز، صور، كواليس).

Threats	Opportunities
- منافسة قوية من براندات تقدم الدفع عند الاستلام.	- التوسع على منصات جديدة (تيك توك – سناب – فيسبوك).
- تغيرات في خوارزميات السوشيال ميديا تقلل الوصول.	- الاعتماد على محتوى العملاء (UGC).
- توقف بعض الإنفلونسرز عن التعاون قد يضعف الزخم.	- استهداف أسواق جديدة داخل وخارج مصر.
- احتمالية شكاوى العملاء الجدد من الدفع قبل التجربة.	- عمل عروض موسمية لتعويض شرط الدفع المسبق.
- اعتماد البراند على قناة تسويقية رئيسية واحدة (إنستجرام).	- استخدام حملات ممولة لزيادة الوصول.

العملاء المستهدفون:

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

تقسيم الجمهور:

- 1- فئة طالبات الجامعة من ١٨ – ٢٣ سنة هي الفئة الأكثر اهتماما
- 2- فئة السيدات العاملات من سن ٢٣ – ٣٥ سنة