

Marketing Plan



Wethaq

Name: Wethaq Modest Women's Clothes



Business Summary

-Details About company

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

Competitor Analysis

Social Media	Competitor 1	Competitor 2
Page name	<i>Cinderella store</i> https://www.instagram.com/cinderella__store00/	Aya El SISI https://www.instagram.com/a.cc_designs/
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 بالجيب
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:

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

2- فئة السيدات العاملات من سن ٢٣ – ٣٥ سنة

Marketing STP

Segmentation	Targeting	Positioning
<p>فئة طالبات الجامعة 23 – 35 سنة</p>	<p>الاهتمامات: الموضة المحتشمة (Modest Fashion) ملابس محجبات أزياء إسلامية فاشون بلوجرز (Hijab influencers) التسوق أونلاين (Online Shopping) براندات شبابية محلية/عالمية (Shein, H&M, Zara, Bershka, Modanisa) السلوكيات: مهتمات بالتسوق أونلاين متابعة صفحات إنستجرام متخصصة في الـ modest fashion مستخدمات إنستجرام بشكل يومي ويتابعوا ترندات الموضة</p>	<p>Instagram</p>
<p>فئة السيدات العاملات 23 – 35 سنة</p>	<p>الاهتمامات: الموضة المحتشمة (Modest Fashion) ملابس محجبات عملية وأنيقة أزياء رسمية + كاجوال ماركات عملية (LC Waikiki, Mango, Stradivarius, Max Fashion) محتوى تنظيم الوقت – life style للمرأة العاملة التسوق عبر الإنترنت السلوكيات: متابعات لمتاجر ملابس محجبات واسعة يبحثوا عن outfits عملية للشغل أو الخروج يهتموا بالـ Pinterest boards للملابس المحتشمة</p>	<p>Instagram and Facebook</p>

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:	بتحب تواكب صيحات الموضة لكن في نفس الوقت محتشمة. بندور على أسعار مناسبة لأنها لسه معتمدة على مصروف أهلها.
الأهداف/الاحتياجات:	تبان شيك وعصرية وسط صاحبها في الجامعة والخروجات. 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 اللي	، فيسبوك، جر و بات الجامعة علم، واتساب و فيسبوك، 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 تبان أنيقة. يتوازن بين شغلها وحياتها الاجتماعية. عندها قدرة مادية متوسطة إلى جيدة (مستعدة تدفع أكثر مقابل الجودة).
الأهداف/الاحتياجات:	تلاقي لبس محتشم واسع ينفع للشغل ويكون أنيق في نفس الوقت. لبس يديها مظهر رسمي وكاجوال شيك في الخروجات. خامات كويسة تتحمل الغسيل وكثرة الاستخدام.
التحديات/المخاوف:	الوقت الضيق للشوبينج (محتاجة أونلاين مع توصيل مضمون). صعوبة تلاقي ملابس تجمع بين العملية والموضة. عدم الثقة في بعض البراندات المحلية من حيث الجودة.
القنوات اللي	Instagram Facebook LinkedIn

Social Media Channels

Channel	Posts Numbers	Post Type
Instagram	20 - 25	Reels and carosel
Facebook	15	Reels

Action Plan

1-

2-

3-

Thanks

