

استراتيجية التسويق الرقمي

سنة نجمة بوارسعيد

المُلخَص الشُّفَيفِي:

تهدف استراتيجية التسويق الرقمي لسنتر نجمة بورسعيد إلى تعزيز الحضور الرقمي وزيادة تفاعل العملاء عبر الإنترنت. تعتمد الخطة على تحسين الوعي بالعلامة التجارية، وزيادة المتابعين، وتحسين التفاعل مع الجمهور. تشمل الاستراتيجية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات المدفوعة والمحتوى التفاعلي. يتم الترويج من خلال حملات موسمية وعروض مباشرة لتعزيز المبيعات. تتضمن الميزانية تخصيص جزء للإعلانات والمحتوى البصري وبرامج الولاء. تهدف هذه الخطة إلى تحقيق نمو مستدام وتعزيز تجربة العملاء الرقمية.

عن سنتر نجمة بورسعيد

نجمة بورسعيد هو سنتر ملابس متخصص في تقديم أزياء و اكسسوارات عصرية ومناسبة من حيث التكلفة للرجال والنساء والأطفال. يهدف المحل إلى التميز في السوق المحلية التنافسية من خلال تقديم ملابس و اكسسوارات عالية الجودة بأسعار معقولة، إلى جانب خدمة عملاء ممتازة وتجربة تسوق عصرية.

منجأنا:

- **ملابس أطفال:** يوفر ملابس الأطفال من عمر 0 حتي 12 سنة بكل مستلزماتهم
- **ملابس حريمي:** يوفر مجموعة متنوعة من الملابس المنزلية والكاجوال النسائية
- **ملابس رجالي:** يوفر ملابس منزلية وكاجوال للرجال تناسب الازواق المختلفة
- **أحذية:** يوفر احذية وكوتشييات وسلبرات للرجال والنساء والاطفال
- **شنط:** يوفر شنط نسائية و شنط مدرسية وشنط للسفر

الرؤية

أن نكون الوجهة الأولى والأكثر تميزًا للتسوق في طوخ، من خلال تقديم تجربة فريدة تجمع بين الجودة، الأسعار التنافسية، والخدمة الاستثنائية، مما يجعله الخيار الأفضل لجميع العملاء.

الرسالة

نهدف إلى توفير تشكيلة متنوعة من المنتجات عالية الجودة بأسعار مناسبة، مع تقديم تجربة تسوق ممتعة وسلسلة تلبية تطلعات عملائنا. نسعى جاهدين لتطوير خدماتنا باستمرار، وتعزيز التفاعل مع العملاء، وتحقيق أعلى مستويات الرضا من خلال التميز والالتزام بأفضل معايير الخدمة.

تحليل الوضع الحالي

[SWOT ANALYSIS]

نقاط القوة

- الموقع الاستراتيجي: يقع في قلب السوق، مما يجعله سهل الوصول ويزيد من عدد الزوار.
- تنوع المنتجات: يوفر تشكيلة واسعة من الملابس للرجال والنساء والأطفال بالإضافة إلى الأحذية، وحقائب النسائية، وحقائب السفر.
- أسعار تنافسية: أسعار مناسبة لذوي الدخل المنخفض والمتوسط.
- مساحة عرض كبيرة: المركز يتكون من ثلاثة طوابق، مما يساعد في عرض المنتجات بشكل جذاب.
- خدمة عملاء ممتازة وسمعة جيدة تعزز ثقة العملاء.

نقاط الضعف

- قلة الترويج: عدم كفاية الدعاية للخدمات يقلل من فرصة جذب عملاء جدد.
- ضعف التواجد الرقمي: صفحة الفيسبوك عليها تفاعل ضعيف وتصنيفات المنتجات غير دقيقة.
- ضعف التواصل: الاستجابة لاستفسارات العملاء على فيسبوك محدودة.
- عدم توفر خدمة التوصيل: غياب خيار توصيل المنتجات إلى العملاء يقلل من فرص زيادة المبيعات وتلبية احتياجات العملاء الذين يفضلون التسوق عن بُعد.

الفرص

- التسوق الإلكتروني: زيادة الإقبال على الشراء أونلاين يمثل فرصة للتوسع وزيادة المبيعات.
- استغلال الفعاليات المحلية: تنظيم عروض خاصة أو فعاليات خلال المناسبات المحلية لتعزيز المبيعات وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.
- التوسع الرقمي: استخدام الإعلانات الممولة للوصول إلى عدد أكبر من العملاء.
- تنويع المحتوى: إضافة فيديوهات أو بث مباشر لزيادة التفاعل.

التحديات

- زيادة المنافسة: تزايد عدد المحلات والمتاجر الإلكترونية يزيد من حدة المنافسة.
- تقلبات الاقتصادية وارتفاع الأسعار: ارتفاع التكاليف يؤثر على القدرة الشرائية.
- تغير تفضيلات العملاء: التغير السريع في صيحات الموضة يتطلب التكيف المستمر مع أذواق العملاء.

التحديات

- تقديم برامج ولاء وعروض خاصة للعملاء الدائمين للحفاظ على حصتهم في السوق.
- متابعة صيحات الموضة بشكل دوري وتحديث المخزون بما يتناسب مع طلب العملاء.
- تقديم عروض "اشترِ واحدًا واحصل على الثاني بنصف السعر" أو تخفيضات موسمية لجذب العملاء رغم ارتفاع التكاليف.
- التأكيد على جودة الخدمة وإرضاء العملاء لتعزيز الولاء، مما يساعد في الحفاظ على المبيعات.

- إطلاق حملات تسويقية مدروسة تشمل خصومات وحملات إعلانية لجذب الانتباه.
- تحديث المحتوى الرقمي بشكل دوري ليوكب أحدث التوجهات في الموضة.
- تحسين خدمة العملاء على المنصات الرقمية لتعزيز رضا العملاء وزيادة المبيعات.
- إدخال الستر إلى منصات التجارة الإلكترونية مثل "سوق" و"جوميا" لتوسيع قاعدة العملاء.

الفرص

- تعزيز التسويق الرقمي واستهداف العملاء المحليين من خلال العروض الترويجية المدفوعة على منصات التواصل الاجتماعي.
- تقديم خصومات خاصة خلال المناسبات والأعياد لزيادة المبيعات.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات الممولة للترويج للعروض والأسعار الجذابة.
- التعاون مع المؤثرين المحليين لتنظيم فعاليات داخل الستر.

- زيادة الحملات الإعلانية على مواقع التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور أكبر.
- تحسين التفاعل على فيسبوك عبر محتوى متنوع مثل الفيديوهات والبيث المباشر.
- توظيف فريق لخدمة العملاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي للرد الفوري على الاستفسارات.
- التعاون مع شركات التوصيل المحلية لتوفير خدمة الشحن للعملاء.

نقاط القوة

نقاط الضعف

أهداف المشروع

زيادة عدد المتابعين والتفاعل على منصات التواصل الاجتماعي

تحسين تجربة العملاء وزيادة معدل الاحتفاظ بهم

تنفيذ حملات إعلانية فعالة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

تعزيز المحتوى التسويقي المرئي والمكتوب

الأهداف

زيادة عدد المتابعين على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 50% خلال ستة أشهر

زيادة التفاعل على المنشورات بنسبة 40% خلال أربعة أشهر

تحسين معدل الاستجابة لاستفسارات العملاء ليصل إلى 95% خلال ساعتين

إطلاق حملة ترويجية مدفوعة شهرياً تستهدف شرائح محددة من العملاء

الجزئية [SEGMENTATION]

سكان طوخ والمناطق المحيطة بها

geographic

SEGMENTATION

demographic

Behavioral

Psychographic

العملاء الذين يفضلون تجربة تسوق شاملة في مكان واحد

العملاء الذين يبحثون عن عروض وخصومات

العملاء الذين يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي في اتخاذ قرارات الشراء

العملاء الذين يبحثون عن ملابس عصرية بأسعار مناسبة

الأشخاص الذين يهتمون بالجودة ولكن بسعر معقول

العائلات (الآباء والأمهات الذين يبحثون عن ملابس لأطفالهم)

الشباب الجامعي (طلاب يبحثون عن ملابس بأسعار معقولة)

الرجال والنساء من مختلف الأعمار

الاستهداف [TARGETING]

العائلات بطوخ والمناطق المحيطة

الشباب الجامعي بطوخ والمناطق المحيطة

العملاء الذين يحتاجون إلى منتجات متنوعة
في مكان واحد

شخصية المشرف



الاحتياجات

- ملابس مريحة وآمنة: تبحث عن ملابس مصنوعة من قطن طبيعي 100% وتناسب بشرة الطفل الحساسة.
- تصاميم عصرية وعملية: ملابس سهلة اللبس والخلع (مزودة بسوست أو كياسات) وتناسب تغيير الحفاضات بسهولة.
- تنوع في الخيارات: تبحث عن ملابس يومية وملابس مناسبة للخروج والمناسبات بألوان وأشكال مختلفة وتوفير كل احتياجات المواليد مثل عربيات الأطفال وكراسي الأطفال وشنط للأطفال ومستلزمات الرضاعة والعناية بالأطفال.
- جودة عالية بسعر مناسب: تسعى للحصول على أفضل جودة للمنتجات، مع مراعاة الجانب المالي

الاهتمامات

- صحة وسلامة الطفل: هي أولوية قصوى بالنسبة لها، وتبحث عن منتجات تضمن سلامة وراحة مولودها.
- الموضة والأناقة: تهتم بالمظهر العام لطفلها.
- الراحة والعملية: تبحث عن ملابس سهلة الارتداء والتغيير.
- تجارب الأمهات الأخريات: تعتمد بشكل كبير على آراء وتجارب الأمهات الأخريات في اختيار المنتجات

غادة نبيل

سيده

26 سنة

متزوجة

حامل في الشهر السابع

محل السكن: طوخ القليوبية

مدرسه انجليزي

الدخل الشهري: 8000 جنيه

اللغة: عربي و انجليزي

التحديات

- ارتفاع أسعار بعض المنتجات: قد تمنعها من شراء بعض العلامات التجارية الشهيرة بسبب ارتفاع أسعارها.
- صعوبة المقارنة بين المنتجات: قد تواجه صعوبة في مقارنة بين مختلف المنتجات المتاحة في السوق، واختيار الأنسب لطفلها.
- قلة الوقت: قد تعاني من قلة الوقت المتاح للبحث عن المنتجات المناسبة، خاصة في الأشهر الأولى بعد الولادة.
- الخوف من اختيار المقاس الخاطئ: قد تخاف من اختيار مقاس غير مناسب لطفلها، مما يضطرها لشراء ملابس جديدة بسرعة.
- الضغط النفسي والتوتر: تأثير الحمل على قراراتها الشرائية نتيجة الإرهاق أو التوتر.

الاهداف

- توفير أفضل رعاية لمولودها الجديد.
- اختيار ملابس مريحة وعملية وآمنة لطفلها.
- بناء خزانة ملابس متكاملة لمولودها تغطي جميع احتياجاته.
- إرضاء ذوقها الشخصي في اختيار الملابس.
- الحصول على قيمة مقابل المال.
- الحصول على مظهر أنيق أثناء المناسبات العائلية والتقاط الصور



فاطمة محمود

سيده

38 سنة

متزوجة

لديها 3 أطفال (2 سنة - 8 سنين - سنتين)

محل السكن: طوخ القليوبية

اللغة: عربي وانجليزي

ربة منزل

الدخل الشهري: مصروف المنزل 50

جنيه

شراء مستلزمات المدارس.

الاهتمامات

- جودة الملابس والأدوات المدرسية: ملابس تدوم طويلاً وتتحمل الاستخدام اليومي.
- شنت مدرسية مريحة وقوية تناسب احتياجات كل عمر.
- التصميم: تصاميم جذابة ترضي الأطفال (الألوان والشخصيات المحبوبة للأصغر).
- الملابس تكون أنيقة وتتماشى مع القواعد المدرسية.
- الصحة والراحة: مواد مريحة ومناسبة للبشرة الحساسة خاصة للطفل الأصغر.
- شنت ذات دعم للظهر ومقبض مريح، خاصة للطفل الأكبر الذي يحمل وزناً أكثر.
- التوفير: البحث عن تخفيضات أو عروض توفر المال دون التضائل عن الجودة.

الاهداف

- تجهيز الأطفال للمدرسة بمظهر جميل وأنيق يعزز ثقتهم بأنفسهم.
- الحصول على منتجات عملية تدوم لفترة طويلة لتجنب الشراء المتكرر خلال العام.
- تحقيق توازن بين الجودة والسعر المناسب للميزانية.
- جعل تجربة التسوق سلسة وسريعة، خاصة مع وجود طفل صغير (عمر سنتين).

الاحتياجات

- ملابس مدرسية: أحجام مناسبة لجميع الأعمار مع خيارات مختلفة (مقاسات تناسب 12 و8 سنوات).
- ملابس تتماشى مع الزي المدرسي الموحد إذا كان مطلوباً.
- شنت مدرسية: شنت كبيرة وعملية للطفل الأكبر.
- شنت متوسطة الحجم وجذابة للطفل الذي عمره 8 سنوات.
- حقيبة صغيرة وبسيطة للطفل الأصغر تناسب الحضانة.
- سهولة الشراء: متجر واحد يحتوي على كل المستلزمات لتوفير الوقت والجهد.

التحديات

- التكلفة: ارتفاع أسعار الملابس المدرسية وشنت المدارس الجيدة قد يكون عقبة.
- صعوبة إدارة تكاليف 3 أطفال في نفس الموسم الدراسي.
- اختلاف احتياجات الأطفال: اختلاف أذواق الأطفال في الألوان والتصاميم، مما يزيد من تعقيد عملية الشراء.
- ملابس الطفل الأصغر قد تكون باهظة التكلفة مقارنة بحجمه وقصر فترة استخدامها.
- ضيق الوقت: الحاجة للتوفيق بين التسوق والاهتمام بالأطفال، خصوصاً مع طفل صغير بحاجة إلى رعاية مستمرة.
- صعوبة العثور على الجودة المطلوبة: الخوف من الشراء من منتجات لا تكون بجودة جيدة وقد تتلف سريعاً.



الاحتياجات

- ملابس بأسعار معقولة تجمع بين الأناقة والعملية.
- متاجر توفر خيارات متعددة مع توصيل سريع وآمن.
- نصائح عن تنسيق القطع واختيار الأنسب حسب المناسبة.

الاهتمامات

- مواكبة الموضة والأناقة مع التركيز على القطع المريحة والعملية.
- البحث عن قطع ملابس تجمع بين الجودة العالية والسعر المناسب.
- الإطلالات البسيطة التي تعكس الاحترافية للعمل والمظهر العصري للحياة اليومية.
- متابعة عروض وتخفيضات العلامات التجارية.

سارة احمد

انثى

28 سنة

انسه

محل السكن: طوخ القليوبيه

اللغة: عربي وانجليزي

أخصائية تسويق

الدخل الشهري: 6000 جنيه

التحديات

- الأسعار المبالغ فيها التي لا تتناسب مع دخلها.
- ضعف جودة الملابس التي لا تستحق السعر المدفوع.
- صعوبة إيجاد تصميمات تلائم أسلوبها الشخصي وحياتها اليومية.

الاهداف

- شراء ملابس تناسب عملها كأخصائية تسويق وتبدو احترافية وجذابة.
- الحصول على إطلالات متنوعة دون تجاوز ميزانيتها الشهرية.
- اختيار ملابس تناسب مناسبات مختلفة (عمل، خروجات، مناسبات اجتماعية).
- الاستثمار في القطع الأساسية التي تدوم لفترة طويلة.



محمد حسن

رجل

35 سنة

متزوج

لديه طفلين

محل السكن: طوخ القليوبية

اللغة: عربي وانجليزي

محاسب

الدخل الشهري: 12000 جنيه

الاهتمامات

- شراء ملابس عالية الجودة تدوم لفترة طويلة.
- الملابس الرسمية والأنيقة المناسبة للعمل والاجتماعات.
- الإطلالات الكاجوال التي تناسب التزه مع العائلة أو الحياة اليومية.
- توفير وقت التسوق باختيار محلات توفر تنوعًا كبيرًا من الخيارات.
- متابعة العروض والتخفيضات للحصول على أفضل قيمة مقابل المال.

الاحتياجات

- ملابس تناسب عمله كمحاسب (قمصان، بدلات، بناطيل رسمية).
- إطلالات مريحة وعملية تناسب الخروجات العائلية.
- موديلات تناسب أجواء عمله الرسمي مع خيارات تتناسب مع المناسبات الخاصة.
- تجربة تسوق سهلة ومريحة، ويفضل وجود عروض واضحة لتقليل الجهد.
- ملابس من خامات ممتازة تتناسب مع حساسيته للجودة والمتانة.

الاهداف

- تقليل وقت البحث عن الملابس مع ضمان الحصول على اختيارات مناسبة.
- الجمع بين الأناقة والراحة في الملابس الرسمية وغير الرسمية.
- تسوق ضمن ميزانية مقبولة.
- اكتساب صورة جيدة في بيئة العمل وفي المناسبات الاجتماعية من خلال اختيار الملابس الأنيقة.
-

التحديات

- محلات تبيع بأسعار مبالغ فيها دون تقديم جودة تتناسب مع السعر.
- خيارات الملابس التي تفتقد للتنوع (قصرها على موضة واحدة أو نوع محدد).
- التسوق في أماكن مكتظة وغير مريحة للتسوق.
- صعوبة إيجاد مقاسات مناسبة أو تصاميم لا تناسب عمره واحتياجاته.



منى طه

سيده

62 سنة

متزوجة ولديها أبناء واحفاد

محل السكن: طوخ القليوبيه

اللغة: عربي

على المعاش

الدخل الشهري: 4000 جنيه

الاهتمامات

- الراحة والأناقة: تبحث عن ملابس مريحة وفي الوقت نفسه أنيقة تعكس ذوقها.
- التسوق الذكي: تهتم بالحصول على أفضل العروض والأسعار عند الشراء.
- رعاية الأسرة: تهتم بقضاء الوقت مع أبنائها وأحفادها وتوفير احتياجاتهم.
- الطبخ وتجهيز الطعام: تستمتع بتحضير الأكلات التقليدية لعائلتها.
- متابعة الموضة المناسبة لعمرها: تهتم بمعرفة التصميم الحديثة للعباءات والإسدالات.

الاحتياجات

- عبايات أنيقة ومريحة – تناسب الاستخدام اليومي والخروج، وذات خامات عملية وجذابة.
- إسدالات للصلاة والمنزل – بألوان هادئة وخامات مريحة للاستخدام اليومي.
- شالات وحجابات – متنوعة لتناسب العبايات والمناسبات المختلفة.
- ملابس مريحة للمنزل – مثل جلايب بيئية تناسب راحتها اليومية.

الاهداف

- تحديث خزانة ملابسها بشراء عبايات وإسدالات جديدة تناسب راحتها واحتياجاتها اليومية.
- الشراء بأسعار مناسبة دون الإخلال بجودة المنتجات.
- اختيار ملابس عملية ومتعددة الاستخدامات تناسب المنزل والخروج والصلاة.
- التنسيق بين ملابسها وإكسسواراتها لتبدو أنيقة في جميع الأوقات.

التحديات

- البحث عن خامات جيدة بأسعار مناسبة تتماشى مع دخلها الشهري.
- العثور على تصاميم تناسب عمرها وذوقها دون أن تكون تقليدية للغاية.
- الشراء من مصادر موثوقة تضمن الجودة والسعر المناسب.
- تحديد الأولويات في التسوق بين الاحتياجات الشخصية والعائلية.



محمود فتحي

شاب

20 سنه

اعزب

محل السكن: طوخ القليوبيه

اللغة: عربي وانجليزي

طالب في كلية هندسه

الدخل الشهري: 1 000 جنيه

الاحتياجات

- ملابس رياضية "تيشرتات ، شورتات ، بنطلونات رياضية تناسب التدريبات في الجيم.
- شنطة رياضية – لحمل الملابس، زجاجة المياه، المناشف، والأدوات الشخصية عند الذهاب إلى مركز اللياقة البدنية.
- كوتشي رياضي – مريح ومناسب للتمارين الرياضية والجري.
- ملابس شبابية كاجوال – تيشرتات، بناتيل جينز، سنيكرز، سويت شيرتات تناسب الخروج اليومي والجامعة

الاهتمامات

- الرياضة: يواظب على ممارسة التمارين الرياضية في مركز لياقة بدنية للحفاظ على لياقته وتحسين مستواه البدني.
- الملابس الرياضية: يهتم بمظهره عند ممارسة الرياضة ويريد ملابس مريحة وعملية وأنيقة
- الأناقة والمظهر الشخصي: يهتم بشراء ملابس شبابية عصرية تعكس شخصيته وتناسب حياته الجامعية.

التحديات

- الميزانية الشهرية المحدودة (1 000 جنيه): يحتاج لإيجاد منتجات جيدة بأسعار مناسبة.
- إيجاد ملابس تجمع بين الجودة والسعر المناسب سواء كانت رياضية أو شبابية كاجوال.
- العروض والخصومات المحدودة التي قد لا تتوفر دائمًا على المنتجات التي يحتاجها.

الاهداف

- تحسين لياقته البدنية من خلال الاستمرار في ممارسة التمارين الرياضية.
- تحديث خزانه ملابسه بملابس رياضية وشبابية عصرية تناسب احتياجاته المختلفة.
- إدارة مصروفه الشهري بحكمة حتى يتمكن من شراء مستلزماته دون تخطي الميزانية.

تحليل المنافسين

	ستار نجمة بورسعيد	فاشونستا	LaLa men's wear	هدوم كيدز
location	محل يقع في مدينة طوخ بمحافظة القليوبية	أمام مجلس مدينة طوخ - بجوار مكتبة مكة - القليوبية	طوخ القليوبية ش حمام السباحة بجوار سما سكان للاشعة أمام المدرسة الخاصة	طوخ قليوبية شارع حمام السباحة
Facebook				
link of channel	https://www.facebook.com/Starofportsaid	https://www.facebook.com/morofashionista	https://www.facebook.com/profile.php?id=100078990073514	https://www.facebook.com/Itawaam4444?mibextid=ZbWKwL
creation date	12/10/2016	28/03/18	2/28/2022	9/19/2018
likes	21k	27k	796	18 k
followers	23k growth 0.091%	39k	1k	19 k
reviews	100% 11 reviews	100% 5 reviews	-	100% 9 reviews
about	ملابس اطفالى خروج وبيتى ملابس رجالى وحريمى خروج وبيتى ملابس داخلية قسم للكوئشيات قسم للمواليد جميع انواع البناتيل	اشيك وأحدث الملابس الكاجوال وبسعر المصنع وعروض مش هتلاقىها غير عندنا (فاشونستا بتولعها)	متجر ملابس	طوخ قليوبية Kids محل هدوم شارع حمام السباحة ملابس اطفال
posting regular or not	yes	posting regular	not regular	not regular
no of posts/day	0.1	1.4	0	0.04

	ستتر نجمة بورسعيد	فاشونستا	LaLa men's wear	هدوم كيدز
average comments/ post	7 comments 0.14%	195 comments	5 comment	5 comment
average shares/ post	3 per month	40 per month	3 per month	10 per month
engagement rate	0.015%	4.50%	0%	0.012%
paid posts / not	not	not	not	not
type of content	photos	photos , live	photo	photo
tone of voice	friendly	casual	formal	formal
call- to- action	عنوان المحل	عنوان المحل	عنوان المحل	عنوان المحل
comments repilies	not regular	regular	not regular	not
designs?	middel	middel	middel	middel
keep identity	logo	logo	logo	logo

	ستار نجمة بورسعيد	فاشونستا	LaLa men's wear	هدوم كيدز
stories content	no	no	no	no
where in buyer jounrey?	awarness	awarness	awarness	awarness
contacts through?	message	massage	massage	massage
strengts	، محتوى قصير فيه كل المعلومات reactions استخدام	عمل بث مباشر بشكل منتظم لعرض المنتجات	-	استخدام صورهِ بلوجو مميز له
weakness comments	عدم التفاعل مع المتابعين	كوماتات مفيركه ،عدم التفاعل مع الكوماتات	عدم التفاعل	عدم التفاعل
Hashtags	لايوجد	لايوجد	لايوجد	يوجد
groups	have group 20.3k member	have group 1.5 k members	no group	have group 12.5k member

القنوات التسويقية المستخدمة

- وسائل التواصل الاجتماعي: التركيز على فيسبوك، إنستجرام، وتيك توك بمحتوى جذاب وتفاعلي.
- الإعلانات المدفوعة: استهداف الجمهور المحلي بالإعلانات على فيسبوك وإنستجرام.

الاستراتيجيات الشراعية

1

حملات موسمية: عروض خاصة خلال المناسبات.

2

المحتوى المرئي: تقديم مقاطع فيديو تعليمية وعروض مباشرة.

3

برنامج الولاء: مكافآت ونقاط للعملاء الدائمين.



خطة المشروع

• الجدول الزمني:

المرحلة	المدة	المهام الرئيسية
الأسبوع 1	7 أيام	تحليل الوضع الحالي ووضع الاستراتيجية
الأسبوع 2-3	14 يومًا	إنشاء وتصميم المحتوى (صور، فيديوهات، منشورات)
الأسبوع 4	7 أيام	إطلاق الحملة الإعلانية الأولى
الأسبوع 5-6	14 يومًا	مراقبة الأداء وتحليل البيانات
الأسبوع 7-8	14 يومًا	تحسين الاستراتيجيات وإطلاق حملات جديدة

المخرجات

استراتيجية تسويق رقمي واضحة

تقارير أداء وتحليلات للنتائج

مكتبة محتوى جاهزة للاستخدام

نقسم المخاطر وخطورة التخفيف

المخاطر المحتملة

التأثير

الخطة البديلة

01

انخفاض التفاعل

متوسط



تحسين المحتوى، تجربة أنواع جديدة من المنشورات

02

عدم تحقيق المبيعات المستهدفة

عالي



تعديل الاستراتيجية الإعلانية، تحسين خدمة العملاء

03

تعليق الإعلانات من قبل فيسبوك / إنستجرام

متوسط



التأكد من الامتثال لسياسات الإعلانات، تجربة منصات بديلة

مؤشرات الأداء الرئيسية [KPIs]

- عدد المتابعين: زيادة بنسبة 50% خلال ستة أشهر.
- معدل التفاعل: زيادة التفاعل على المنشورات بنسبة 40%.
- معدل الاستجابة: تحقيق نسبة استجابة 95% خلال ساعتين.



CONTENT CALENDER

content calender

الميزانية المقترحة

- الإعلانات المدفوعة: 50%.
- تحسين المحتوى المرئي: 35%.
- برنامج الولاء: 15%.

توزيع المعامل والأوراق

تحليل السوق والجمهور	سمر و هاجر
الاستراتيجية	آية توفيق و محمد طه
كتابة المحتوى	هاجر و آية سيد
خطة الإعلان والإعلان	سمر و هاجر
تقييم الاداء	آية توفيق و آية سيد
التقرير النهائي	محمد طه

BUSINESS MODEL CANVAS

Key Partners

موردي الملابس، الأحذية،
والحقائب.

Key Activities

التسويق الرقمي و الإعلانات
الممولة.
تحسين تجربة العملاء في المتجر.
تنظيم حملات ترويجية و عروض
خاصة.

Key Resources

متجر من ثلاثة طوابق في موقع
استراتيجي.
فريق عمل متخصص في البيع
وخدمة العملاء.
محتوى رقمي للتسويق (صور،
فيديوهات، بث مباشر).

Value Propositions

أسعار تنافسية و جودة عالية.
تجربة تسوق عصرية و متنوعة.
عروض و خصومات موسمية.

Customer Relationships

خدمة عملاء ممتازة عبر الإنترنت و
المتجر.
التفاعل عبر وسائل التواصل
الاجتماعي.
تقديم برامج ولاء لجذب العملاء
الدائمين.

Channels

فيسبوك، إنستجرام، و تيك توك.
الإعلانات المدفوعة العروض
الموسمية و الخصومات.

Customer Segments

العائلات بطوخ و المناطق
المحيطة.
الشباب الجامعي بطوخ و
المناطق المحيطة.
الأمهات و ربات المنازل الباحثات
عن ملابس للأطفال.

Cost Structure

تكاليف الإعلانات المدفوعة.
رواتب الموظفين.

Competitors

فاشونيسٽا: متخصص في الملابس الكاجوال بأسعار المصنع، يمتلك تفاعل عالي و وسائل التواصل الاجتماعي.
LaLa men's wear: متجر ملابس للرجال بأسلوب رسمي و كاجوال، لكنه لا يملك تفاعل قوي على
فيسبوك.
هدومكيدز: متجر متخصص في ملابس الأطفال، لكن لديه تفاعل ضعيف على و سائل التواصل الاجتماعي.
متاجر محلية أخرى: العديد من المتاجر المنافسة في طوخ و التي توفر خيارات مشابهة.

Revenue Streams

مبيعات الملابس و الأحذية و الحقائب.
حملات تسويقية خاصة لزيادة الإيرادات.
عروض اشترٍ واحدًا و احصل على الثاني بنصف
السعر.

شكر الكم

فريق:

محمد طه

سمر عثمان

آية توفيق

آية سيد

هاجر زكريا

محمد كمال