

استراتيجية التسويق الإلكتروني

EXTRAORDINARY

Call us Now:

0109-574-1054

www.extraordinary-agency.com

تحليل العلامة التجارية

نقاط القوة:

1. جودة تصوير ممتازة.
2. تنوع في الموديلات وأزياء الأطفال.
3. توفر بعض الأزياء النسائية ذات الجودة العالية.
4. يوجد خدمة الشحن في جميع أنحاء المملكة.

تحليل العلامة التجارية

نقاط الضعف:

1. على الرغم من وجود حسابات نشطة على وسائل التواصل الاجتماعي، فإن مستوى التفاعل مع الجمهور منخفضًا.
2. عدم الانتظام في النشر.
3. عدم وجود إستراتيجية للمحتوى.
4. لا يوجد خطة للأعلانات الممولة.
5. عدد المتابعين 90 متابع فقط.
6. لا يوجد موقع إلكتروني لسهولة الشراء أونلاين.

تحليل العلامة التجارية

الفرص:

1. استغلال الترنندات الشعبية في الحملات التسويقية، لزيادة الوعي والاهتمام.
2. الاستفادة بشكل مبتكر من التسويق عبر المؤثرين.
3. بناء قاعدة عملاء من خلال تنوع أهداف المحتوى، ليس فقط بهدف البيع، بل يشمل أيضًا: (مسابقات تفاعلية - وغيره).
4. البدء في الحملات الاعلانية على مواقع التواصل الاجتماعي.
5. الاعتماد على رضا العملاء لنشر السمعة بشكل شفهي.
6. المشاركة في الفعاليات والأسواق المحلية لتعزيز الوعي بالعلامة التجارية.

تحليل العلامة التجارية

التحديات:

1. تواجه **Nova** منافسة قوية من متاجر إلكترونية أخرى تقدم منتجات مشابهة، مما يتطلب منها الحفاظ على أسعار تنافسية وتقديم تجربة عملاء مميزة.
2. تغيرات السوق التغيرات في توجهات الموضة قد تتطلب الابتكار المستمر.



شخصية المشتري

شخصية المشتري للأزياء النسائية:

الاسم: سارة العمر: 30 سنة المهنة: مديرة تسويق.

الموقع الجغرافي: الرياض، السعودية الهوايات والاهتمامات: التسوق، السفر، حضور المناسبات الاجتماعية.

الأهداف: ترغب في أن تبدو أنيقة ومواكبة لأحدث صيحات الموضة في جميع المناسبات، سواء كانت العمل أو المناسبات الاجتماعية.

التحديات: قلة الوقت للتسوق بسبب جداول العمل المزدحمة، وتحتاج إلى أزياء تجمع بين الأناقة والراحة.

السلوك الشرائي: تفضل التسوق عبر الإنترنت بسبب سهولته، تبحث عن العلامات التجارية التي توفر تجربة مستخدم ممتازة وخدمة عملاء مميزة.



شخصية المشتري

شخصية المشتري لملابس السوارية للأطفال:

الاسم: ليلى العمر: 35 سنة المهنة: ربة منزل.

الموقع الجغرافي: جدة، السعودية الهوايات والاهتمامات: تنظيم

حفلات الأطفال، المشاركة في الأنشطة المدرسية، التسوق لأطفالها.

الأهداف: تبحث عن ملابس سوارية أنيقة وملائمة للأعمار الصغيرة،

وترغب في أن يكون أطفالها مميزين في المناسبات الخاصة.

التحديات: البحث عن ملابس ذات جودة عالية وبأسعار معقولة، وتحتاج إلى

ملابس تجمع بين الأناقة والمتانة.

السلوك الشرائي: تفضل المتاجر التي تقدم تجربة شراء سهلة مع خيارات متعددة للشحن والإرجاع، وتعتمد على

التوصيات والآراء من الأمهات الأخريات.

تحليل المنافسين

maysoon_shop

1. عدد المتابعين على انستجرام 95 ألف متابع.
2. عدد المتابعين على التيك توم 96 ألف متابع.
3. تنوع في المحتوى المتوفر على السوشيال ميديا من حيث الموديلات.
4. يوجد خطة إعلانات ممولة على كلا من انستجرام وتيك توك.
5. يوجد متجر إلكتروني لسهولة الشراء والحصول على العروض والخصومات.

<https://salla.sa/maysoon.store>

alesayi_kids

1. عدد المتابعين على انستجرام 96 ألف متابع.
2. عدد المتابعين على التيك توك 19 ألف متابع.
3. تنوع في المحتوى المتوفر على السوشيال ميديا من حيث الموديلات.
4. استخدام الهوك المناسب للفيديوهات لجذب المشاهدين.
5. استخدام الهاشتاجات المناسبة.
6. يوجد أكثر من فرع لديه.
7. يوجد خطة إعلانات ممولة على كلا من انستجرام وتيك توك.
8. يوجد متجر إلكتروني لسهولة الشراء والحصول على العروض والخصومات.

<https://alesayikids.com/>

الاستراتيجية التسويقية

استراتيجيات التسويق من شهر إلى 3 شهور

سنقوم بإنشاء وجود قوي للعلامة التجارية على كل من إنستجرام وتيك توك.

- التفاعل مع المتابعين وتنظيم مسابقات أو هدايا على وسائل التواصل الاجتماعي.
- تحديد المؤثرين الذين يتماشون مع قيم العلامة التجارية والجمهور المستهدف والتعاون معهم.
- استخدام إعلانات على الأنستجرام.
- تقديم خصومات أو عروض ترويجية: لجذب عملاء جدد وتشجيع تكرار الشراء.

استراتيجية التسويق من شهر إلى 3 شهور

- مقاطع جذابة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- تقديم شحن مجاني لفترة محددة: أو للطلبات التي تتجاوز مبلغ معين لتشجيع العملاء على الشراء.
- تطوير قصة علامة تجارية قوية: تتماشى مع الجمهور المستهدف وتتميز عن المنافسين.
- خطة محتوى جذابة.
- تشجيع العملاء على وسمك في منشوراتهم التي تتضمن الأزياء الخاصة بك.

استراتيجية تسويقية تكتيكية

تكتيك التسويق:

نسبة المحتوى:

- 30% مبيعات مباشرة، محتوى يهدف إلى تحفيز العملاء على الشراء الفوري.
- 10% محتوى تثقيفي تفاعلي، يقدم معلومات قيمة للجمهور بطريقة تفاعلية تجذب مشاركتهم.
- 60% محتوى توعية بالعلامة التجارية، يزيد من وعي الجمهور بعلامتك التجارية.

خليط الوسائط الشهري (نسبة استخدام لكل نوع):

- 30% محتوى فيديو
- 70% محتوى مرئي (صور، رسوم متحركة، تصميمات إبداعية)

تكتيك التسويق:

معدل النشر:

منشور شهري: 21-30 منشور (نشر منتظم).
بالإضافة إلى ذلك، سنقوم بالنشر على قصص انستقرام بشكل مستمر.

اللغة والمصطلحات:

استخدم اللغة العامية السعودية الشائعة.

تصميم Highlights مقسمة كالآتي:

(ايقون للمقاسات) (ايقون طريقة الشحن) (ايقون سياسة التبديل أو الاسترجاع) (ايقون كيفية الطلب) (ايقون طريقة الشحن) (ايقون اراء العملاء).

خطة الإعلانات المقترحة والنتائج المتوقعة

خطة الإعلانات المقترحة والنتائج المتوقعة

زيادة الوعي والمتابعين:

ميزانية: 300 دولار.

نوع الإعلان: إعلانات جذابة تعرض الملابس للأطفال وتبرز مميزات العلامة التجارية.

الفئة المستهدفة: الأمهات والعائلات في السعودية.

الهدف المتوقع: جذب من 1000 إلى 1500 متابع جديد.

خطة الإعلانات المقترحة والنتائج المتوقعة

محتوى تفاعلي وزيادة التفاعل:

ميزانية: 150 دولار.

النشاط: تنظيم مسابقة أو هدية للأتباع الجدد، مثل فستان مجاني أو خصم خاص.

الهدف المتوقع: زيادة التفاعل وجذب 500 إلى 1000 متابع إضافي.

خطة الإعلانات المقترحة والنتائج المتوقعة

زيادة المبيعات:

إعلانات المبيعات المباشرة:

ميزانية: 400 دولار.

نوع الإعلان: إعلانات ترويجية تعرض عروض خاصة وخصومات.

الفئة المستهدفة: الأمهات والعملاء المحتملون الذين أبدوا اهتماماً بالملابس للأطفال.

الهدف المتوقع: تحقيق 15 إلى 30 عملية بيع جديدة.

خطة الإعلانات المقترحة والنتائج المتوقعة

عروض ترويجية وتحفيز الشراء:

عروض ترويجية وتحفيز الشراء:

ميزانية: 150 دولار.

النشاط: إطلاق عروض مثل الشحن المجاني لفترة محدودة وعروض ترويجية محددة.

الهدف المتوقع: زيادة المبيعات بنسبة 10-15% وتشجيع العملاء على الشراء.

Thank You



EXTRA^{!!!}ORDINARY

Call us Now:

0109-574-1054

www.extraordinary-agency.com