

الخطة التسويقية لشركة ليلاس الكويت

١- الرسالة المختصرة للخطة التسويقية

الخطة التسويقية المتبعة من ٠١/٠٦/٢٠٢٣ إلى ٠١/١٢/٢٠٢٣ للماركة العالمية kuwit (Lelas وكيل)، حيث أن الخطة تهدف لزيادة الانتشار والتوسع، عبر إتباع إستراتيجيات التسويق الرقمي والترويج على منصات التواصل الإجتماعي، لزيادة المبيعات والحصة السوقية للشركة.

٢- ملخص عن الشركة

ليلاس الكويت، ماركة عطور عالمية

٣- تحليل الموقف

٣-١- تحليل السوق حجم الصناعة وحجم العرض والطلب

سوق العطور في الكويت:

سوق العطور في الكويت بلغ ١٣٦,٥ مليون دولار (نحو ٤٢ مليون دينار) في ٢٠٢١، متوقعاً أن تصل قيمة السوق إلى ٢٣٢ مليون دولار (٧١,٢ مليون دينار) بحلول ٢٠٢٧، مع معدل سنوي مركب بـ ٩,٦٪ خلال فترة ٢٠٢٢ إلى ٢٠٢٧.

الثالثة خليجيا بعد السعودية والامارات

الانفاق للفرد والاسرة :

إن متوسط دخل محلات العطور في أسواق الكويت يصل إلى ٥ – ٦ آلاف دينار (١٦,٤٠٠-١٩,٦٨٠ دولاراً) شهرياً، أما في المواسم فيصل إلى ٨ – ١٠ آلاف دينار، وهو ما أدى إلى ارتفاع نسبة مبيعات العطور إلى ٢٠-٢٥٪

١٣٠٠ دولار إنفاق العائلة الكويتية على العطور شهرياً

٣- ب- تحليل PEST تحليل تأثير السياسة والإقتصاد والمجتمع والتكنولوجيا على الصناعة في حال وجودها

التأثيرات:

سوق العطور في الكويت تمتاز بقوتها الشرائية وتنوعها؛ وذلك بسبب المنافسة وشغف الكويتيين؛ إذ يعتبر حجم استهلاكها بعيداً كل البعد عن أي تأثيرات خارجية، اقتصادية أو سياسية أو غيرها

، فالنمو الاقتصادي القوي للكويت وكبر حجم شريحة فئة الشباب مقارنة بباقي حجم الشرائح العمرية الاخرى في التعداد السكاني في الكويت، زاد من الطلب على هذه السوق بشكل كبير وملحوظ، علاوة على ارتفاع دخل المستهلك، الذي ساهم وبشكل كبير في تغيير نمط الشراء لديه، الامر الذي ادى الى تعزيز مبيعات العطور بالاضافة الى زيادة الرغبة في شراء السلع الكمالية.

التفضيلات:

والكويت بين أكثر دول العالم استهلاكاً للعطور والبخور، ذات النوعية العالية. وتخصص الأسرة ميزانية شهرية لذلك، ويرتفع الاستهلاك على نحو كبير في مواسم الأعياد والزفاف والمناسبات الاجتماعية الأخرى، كما أن فصل الشتاء أفضل فصل بالنسبة لمحال العطور؛ لأن المبيعات ترتفع بشكل لافت

أن المستهلكين في المنطقة يحبون دمج العطور، والتعطر بأكثر من نوع مثل عطور الفواكه والزهور وبالتأكيد العطور التقليدية التي مازالت تحظى بشعبية عالية وتنافس الماركات العالمية".

إن العديد من الأشخاص في الخليج يفضلون العطور الخالية من الكحول، بشكل خاص مما يدفع الشركات لتصنيع منتجات الزيت العطر بشكل خاص على الرغم من ارتفاع ثمنه

بسبب ارتفاع الطلب على الروائح التراثية في المنطقة، قامت العديد من الماركات العالمية بابتكار عطور ممزجة بالعود والصندل والمسك.

٣- ج- تحليل المنافسين

الاسم
فرانس جاليري

لمحة عن الشركة
تقع رعاية العملاء المتميزة ورضاهم في صميم استراتيجيات أعمالنا ، وبالتالي لتعزيز هذا ،
نقدم الآن تجربة تسوق حصرية لا مثيل لها عبر الإنترنت لعملائنا الكرام. يسعى متجرنا عبر الإنترنت إلى توفير خدمات سهلة
و "بنقرة واحدة" يمكن ان نقدم لعملائنا منتجات مماثلة عبر الإنترنت.
تمتد مجموعة منتجاتنا المتعددة من العطور الفرنسية الأصلية ، والحقائب الرجالية والنسائية،
وإكسسوارات الموضة إلى المحافظ الجلدية الأصلية لكل من الرجال والنساء.

جميع منتجاتنا أصلية ويتم شراؤها من الموزعين الرسميين المعتمدين (محليًا ودوليًا).

تأسست شركة فرانس جاليري في عام ٢٠٠٣، وهي موزع تجزئة لهدايا و اكسسوارات من النوع الفاخر
من حيث الجودة و المصدر. تقع متاجرنا في ارقى مراكز التسوق في الكويت،
وتقدم مجموعة من المنتجات ذات الماركات العالمية عالية الجودة، وبأسعار ملائمة لعملائنا الأعزاء.

مكتب -سنترال بلذا - الدور الأرضي شارع سالم المبارك -السالمية -الكويت	متجر - مجمع زهرة - الدور الأرضي شارع سالم المبارك - السالمية - الكويت
٩٦٥٢٥٧١٥٩٣٥٠٠	٩٦٥٥٥٥٥٠٦٤٠٠٠

<https://g.page/FranceGallery-ZahraComplex?share>

0096555550640

INFO@FRANCEGALLERY.ME

<https://francegallery.me/ar/>

<http://www.facebook.com/alshahira.parfume/>

<https://www.instagram.com/fgcparfumerie/>

<https://www.tiktok.com/@fgcparfumerie>



توماس كوسمالا
ديزاير دو كور
الحجم: ١٠٠مل (٥٤,٥٠٠ KWD)

مقدمة العطر
قلب العطر
قاعدة العطر
عنبر
ياسمين
ارز، مسك



جيمي شو
سيداكشن فانيلا لوف
للنساء
الحجم: ١٢٥مل (٦٩,٥٠٠ KWD)
قاعدة العطر
فانيلا



كارتير
عود & مسك
الحجم: ٤٥مل (٦٤,٥٠٠ KWD)

قاعدة العطر
عود، مسك

دي جابور
جيشا ديفا
الحجم: ٥٠ مل (١٦,٥٠٠ KWD)

مقدمة العطر
الخميرة، ليمون، يوزو، يوسفي

قلب العطر
بيتوسبوروم، كانانغا أودوراتا، مسك الروم، ياسمين

قاعدة العطر
بتشول، عنبر، مسك، ياسمين



كلايف كريستيان
نوبل XXI آرت ديكو بلوند عنبر الحجم: ٥٠ مل (١٦٤,٥٠٠ KWD)

مقدمة العطر
برغموت، روم، زنباع، زنجبيل، فلفل وردي، لبان، نارنج، هال

قلب العطر
تبغ، خشب الصندل، زعفران، سوسن، عبقة، فواكه مجففة، مسك الروم، ياسمين

قاعدة العطر
ارز، بتشول، فانيلا، فول تونكا، لابدانوم، مر، مسك، نجيل الهند



الاسم شركة الرصاصي

لمحة عن الشركة

الرصاصي لصناعة العطور ذ م م هي شركة عائلية في دبي ، تأسست عام ١٩٧٩ من قبل صاحب الرؤية عبد الرزاق كالسيكار.

يتم الآن تنفيذ رؤيته من قبل أبنائه الستة ، كل منهم مكرس للمضي قدماً في مهمة متخصصة ، مع تحقيق الهدف الأساسي لنمو العلامة التجارية بشكل جماعي. على مدار ما يقرب من أربعة عقود ، قامت الشركة ببناء أساس متين لحيوية ريادة الأعمال ، حيث ابتكرت بعضاً من أفضل العطور وأكثرها تميزاً ، والتي رسخت سمعة عالمية من حيث الجودة والرفاهية والأناقة. اليوم ، تحتل الرصاصي المرتبة الأولى بين شركات العطور الإماراتية ، مدفوعة برؤية عالمية. لقد وجدت خطوط العطور الشرقية والغربية من الرصاصي قبولاً وتفضيلاً واسعاً ضمن قاعدة عملاء واسعة في جميع أنحاء العالم.

كانت الرصاصي رائدة في مفهوم متجر العطور الأحادي العلامة التجارية الحصري والمخصص ؛ مباشرة بعد إنشائها - وهي مبادرة أصبحت اتجاهًا يحتذى به على نطاق واسع في صناعة بيع العطور الإقليمية بالتجزئة. يحتل المتجر موقعاً استراتيجياً في قلب دبي ، ويعرض مجموعة عميقة من البضائع والأجواء ومستوى مميز من الخدمة.

إنجاز آخر غير مسبوق كان النجاح الباهر لعلامتها الأولى "بلو ليدي" - حاملة علم روح الرصاصي في مجموعة العطور الغربية. حقق الرصاصي نجاحاً أكبر مع طرح عطور الشرق التي لقيت قبولاً فورياً وولاءً لدى العملاء الإقليميين إلى جانب الاعتراف بالرصاصي بصفته صانع عطور رئيسي.

الأناقة والجودة والقدرة التنافسية والابتكار هي مرادف للرصاصي. على مدى العقود العديدة الماضية ، ظلت الرصاصي ملتزمة بعبور وجودها في ابتكار أفضل العطور التي تجسد الجودة والرقى ، علاوة على إتقانها لفن مزج العطور.

حفز هذا السعي لتحقيق الكمال في فن الروائح على تطور هذه الشركة العائلية الصغيرة ببداية متواضعة ، لتصبح واحدة من أكثر الشركات الإقليمية حداثة مع رؤية عالمية. كشركة رائدة في الصناعة الإقليمية مع العديد من الأوائل في الائتمان كانت الرصاصي في طليعة النمو والابتكار والتطور في قطاع العطور الإقليمي إلى صناعة حديثة ومتنامية بقوة.

تشمل البصمة الجغرافية المتنامية لشركة الرصاصي ١٦٥ متجرًا مصممًا بأناقة في مراكز التسوق الرائدة ومواقع الأسواق الرئيسية في جميع أنحاء دول مجلس التعاون الخليجي (الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية وسلطنة عمان والكويت والبحرين وقطر). يتم تصدير منتجات الرصاصي إلى أكثر من ٦٠ دولة في جميع أنحاء العالم من خلال شبكة توزيع قوية ، مدعومة بأحدث مرافق التصنيع في المنطقة الحرة بجبل علي ، دبي..

صحاري مول ٩٦٥٢٤٥٥٩٣٢٧	جليب الشيوخ ٩٦٥٢٤٣٣٦٧٦٠	أرييد بلزا ٩٦٥٢٤٧٢٩٦٣٤	جيت مول ٦٦٣٤٥٨٠١٩٦٥	ماغاثير مول ٩٦٥٢٤٧٥٣٠٨٣	الجهراء ٢٤٥٧٥٧٤١٩٦٥	📍 📱
سلام مول ٦٦٣٤٥٨٠١٩٦٥	أجيال مول ٦٦٣٤٥٨٠١٩٦٥	ماجيك مول ٢٣٧٢١٤٤٥٩٦٥	سوق الصالح ٩٦٥٢٢٤٧٢١٧٥	المنار مول ٢٢٤٢٧٨٤٨٩٦٥	المباركية ٩٦٥٢٤٥٧١٦٠	📍 📱

<https://www.rasasi.com/stores?country=7&city=All>

<https://www.rasasi.com/?lang=Arabic>

<https://twitter.com/RasasiGCC>

<https://www.facebook.com/RasasiGCC?fref=ts>

<https://www.snapchat.com/add/rasasigcc>

<https://www.instagram.com/rasasigcc/>



عطر عطار المحبة للنساء - ٤٥ مل
هو تكريم للشعور العالمي
والأبدى بالحب. إنه يرمز إلى
البراءة ويصور الرومانسية الأنثوية
ويثير لحظات الحب السحرية.
الزجاجة الجميلة والمتألئة لها
صدي باللون الأحمر الغامق الذي
يعكس الحب والصفاء.
يفتح عطر الأزهار ببهجة مع
البرغموت والنيرولي اللذين
يهدفان إلى توفير لحظات نقية
من النعيم والحب. يتألق القلب
بخلاصة الياسمين والإيلنغ التي
ستأخذك في رحلة عطرية
رومانسية. تختتم المكونات
الأساسية بالمسك وخشب
الصندل والستيركس التي تترك
أثراً لا يقاوم ومنشطاً من
العاطفة والمتعة.
امرأة عطار المحبة هي امرأة
عاطفية تؤمن بالقصص الخيالية
والأمير بالدرع اللامع. يضيف العطر
نعومة حاملة وجاذبية رومانسية،
مما يسهل على الناس الوقوع
في حبك.
الطبقة العلوية: البرغموت،
النيرولي الأوسط: الياسمين،
الفانيليا، الإيلنغ، قاعدة
الإيلنغ: المسك، خشب الصندل،
الستيركس



سونيا
للجنسين - عطر مركز ١٥ مل

سونيا الذي يحدد الأنوثة
بملاحظات حسية ومهدئة. إنه
منتج يمنح الإحساس بالرضا ويخلق
صورة أنيقة جاهزة للارتداء مع
امتلائها وحيويتها. يخلق تصميم
الزجاجة والعبوة الخارجية صورة
مثالية في أفضل حالاتها.

وصف الرائحة: الجزء العلوي:
الأزهار، الخشبية

الوسطى: الفانيليا، الياسمين

القاعدة: خشب الصندل، المسك
والعنبر



سمو الرصاصي - معالي - عود
مطر
GMS 0٠

Somow Al Rasasi هو عطر
غامض ومثير للإدمان مع خلطات
داكنة غنية تخلق هالة غامضة
ومغرية. الارتقاء بطقوس العود
إلى فن حديث، تم إنشاء هذه
المجموعة الفخمة خصيصاً لخبراء
الفخامة، مع شغف بالروائح
الفخمة وحب العود الفخم.
Somow Al Rasasi - Ma'ali
تأتي في Dakhoon و Oudh
Moattar. كل قصة تحكي قصة
هيبية وحرفية.

Somow Al Rasasi - Ma'ali
Oudh Moattar هو مزيج حسني
وفاخر من الزهور والعنبر والعود.
الروائح الجذابة من الورد ومسك
الروم وزهر البرتقال تعشش
بهدوء مع العنبر واللبان والعود.
مما يخلق هالة دافئة وغامضة.
يتم تقديم المجموعة في زجاجات
فاخرة سوداء وذهبية فاخرة.
روائح مقدمة العطر: ورد، لافندر
الروائح الوسطى: مسك الروم،
زهر البرتقال

عطر هوس للرجال - ١٠٠ مل - مزيج من القرفة والبرغموت وزهر البرتقال والعنبر الرمادي وخشب الصندل لخلق رائحة مائية مصممة لتجسيد القوة والحيوية الذكورية.

يجمع هذا العطر الخشبي الأنيق الطازج بين الحمضيات الإيطالية الممتازة ونضارة الفاكهة من الكمثرى والأناناس. يتكون قلب هذا الفوجير الحديث من العناصر المائية الممزوجة بالبتيخ والبنفسج. إنه مزيج من خشب الصندل وخشب الأرز والمسك مع العنبر. العطر مليء بالروائح العطرية البحرية الطازجة التي تذوب في أخشاب العنبر.

يجسد العطر روح المغامرة والاستكشافية والمثيرة للإنسان المعاصر. تأتي النفحات المعاصرة لهذا العطر الأنيق بموقف يتناسب معه.

تحتوي الزجاجاة الرمادية الشفافة على ثعبان ملفوف حول السداة بينما يلتقط الثعبان المزخرف على العبوة شهوانية الأنواع برائحة رائعة من الأزياء الراقية.

الطبقة العلوية: التفاح ، البرغموت ، الليمون ، القرفة
الوسط: زهر البرتقال ، الهيل ،
قاعدة البرقوق: الباتشولي ، العنبر الرمادي ، الخشب المنحدر ، المسك



عطر لا يقاوم ٧٥ مل سلسلة لا يقاوم توسع إحساسًا كلاسيكيًا وعصريًا مليئًا بالأناقة والصقل والهيبة إلى العطور الشرقية. أصبحت السلسلة التي تضم ستة عطور كلاسيكية لا تنفد أبدًا. يتخطى حب هذه السلسلة الجنسية العربية المستهدفة أصلاً إلى خبراء العطور العالميين، الباحثين عن تجربة شرقية متطورة وحديثة مبهجة.

في Tobacco Blaze ، يذوب الاتفاق الجلدي المميز لسلسلة LaYuqawam الذكورية مع الملاحظات الألهيدية الجريئة ، ليشكل عطرًا يكّرم في نهاية المطاف الحسية الدافئة والداكنة والمتطورة للرجل المعاصر.

يفتح العطر بنفحات خفيفة حمضية ، مرّة قليلاً ، مع لمحات من أزهار البرتقال وزهر العسل تتخللها زهر البرتقال والبرغموت ، بينما يضيف الزعفران الهندي التيار الداخلي الناعم والحميمي الذي يتغلغل في الأوجه الخشبية العميقة لخشب الأرز ، تتدرج أخيراً إلى تجربة خشبية غنية ودافئة وترابية. يخدم خشب الصندل الناعم ، الناعم ، الغني والمتأخر مع لمسة من النوتات الخضراء الجلد الحيواني والعود الهندي بمساعدة فاخرة من العنبر. المزيج الناتج هو تجربة سلسلة لكنها مكثفة ومُسكرة وحسية للأغبة الذكورية.

الطبقة العلوية: البرغموت والخوخ وزهرة البرتقال
الوسط



الاسم
عطورات بولند

لمحة عن الشركة

منذ إنشائها منذ ما يقارب من عقد من الزمان ، نمت عطور بولند لتصبح واحدة من أكثر الوافدين الجدد رواجًا في صناعة العطور. الآن ، بولند الكويت هو مرادف للعطور الشرقية والفرنسية الأصيلة من أعلى مستويات الجودة وأجود الأنواع. من البذور إلى الرائحة تطور بولند الكويت استلهمت مُبتكرة عطور بولند من المناظر الطبيعية الخصبة التي أرادت أن تزرعها في شكل عطر عربي فريد. كانت الفكرة هي خلق رائحة تذكر عرب الخليج بوطنهم. جربت أجود أنواع الورد اللبناني الطبيعي لتشكيل روائح جميلة مثل نكهة البيروين والياسمين. تم تقديم مجموعة مختارة من عطور بولند الكويت للجمهور. نمت المبيعات في السوق الكويتي في عام ٢٠٠٨ ، حيث تم توسيع جهود التسويق لتلبية الطلب المتزايد.

فرع المباركية - ستي سنتر شارع الغربالي	فرع السالمية - سيتي سنتر	📍
+٩٦٥٩٤٤٩٤٨٦٤ +٩٦٥٩٤٤٩٤٨٦٤	+٩٦٥٩٦٦٢٣٢٠٣ +٩٦٥٩٦٦٢٣٢٠٣	☎

info@bolandperfume.com



/https://bolandperfume.com



https://instagram.com/boland_perfume?utm_medium=copy_link



BACCARAT
المكونات : الزعفران والياسمين مع
خشب العنبر

KD0,...



ONE X
حجم العطر ٨٠ مل
المكونات : الورد البلغاري الزنبق
عنبر

KD0,...



SAKURA
عطر حجم ٨٠ مل
المكونات : بخور و زعفران و لافندر

KD0,...

يوكس بولند COOL
ثلاث عطور من اختيارك
حجم العطر ٨٠ مل

KD10,...



الاسم
السري للعطور

لمحة عن الشركة
السري هو ترويج لحلم العطار بنشر حب العطور بشكل نقي ومبهج.
ابتكار الروائح الفريدة ليس هواية بالنسبة لنا ؛ إنه شغف ، جزء منا نعيد اختراعه وتجديد شبابنا لتلبية احتياجات الحاضر ،
يكتنفه عطاءات الماضي. بقيت عطورنا في عائلتنا لمدة خمسة أجيال وهي إرثنا للعالم.

يفتخر السري بكونه أول مصنع للعطور في المملكة العربية السعودية ورائد العطور الفرنسية الخالية من الكحول
في المنطقة. إلى جانب تقديم أكبر مجموعة من المنتجات الاستثنائية التي يتم تصديرها إلى جميع أنحاء العالم ،
تفتخر السري بأول وأكبر منشأة مزعة وإنتاج ورد الطائفي في الطائف الهدا.

بينما تساعد أحدث التقنيات في الإنتاج ، تظل أذواقنا تقليدية بشكل فريد لتلبية احتياجات العملاء الذين يؤمنون بحاسة الشم القوية. مجرد شم أحد عطورنا وستجد نفسك في دوامة من الألوان والنكهات التي تنقلك إلى عالم من التجارب الجديدة وستعيد تعريف الطريقة التي ترى بها العالم. بالنسبة لنا ، العطور تقليد عائلي. نحن نحملها على مقربة من قلوبنا واليوم ، نعمل بنفس الشغف الذي كان لدينا منذ البداية. مع أكثر من ٣٠٠٠ عطر فريد من نوعه وتخدم الأسواق المتنوعة في جميع أنحاء الشرق الأوسط وأوروبا وأفريقيا ، فإن خبراتنا في مجال العطور منذ عام ١٩٢٩ قد صقلت أذواقنا وساعدتنا في إنشاء علامتنا التجارية الخاصة التي تتسم بالكمال. كل زجاجة من عطور السرتي هي المنتج النهائي لعمل الحب والمثابرة والحاجة لوضع الخبرات في العطور

الجهاز <https://maps.app.goo.gl/b61V8pKeHeqFoDrd9> 

السرتي للعطور المباركه <https://maps.app.goo.gl/E5t9Gh1PsZsUfq41A> 

info@surratiperfumes.com 

[/https://www.surratiperfume.com](https://www.surratiperfume.com) 

<https://m.facebook.com/surratiperfumes/> 

<https://www.instagram.com/surratiperfume/> 

https://www.youtube.com/channel/UCcT8JzV3r3_KaTqGBfWaAgQ 

<https://mobile.twitter.com/surratiperfume?s=11> 

<https://www.snapchat.com/add/surratiperfume> 



آيات ١٠٠ مل

السعر بدون ضريبة : SAR ١١٣,٠٠



عود دي لا نوت ١٠٠ مل

SAR ١٣٠,٠٠



انفي دي في ١٠٠ مل

SAR ١٣٠,٠٠

بخاخ بريستيج ١٠٠ ملي
١١٥ ريال



السلطان ١٠٠ مل
SAR ١٣٠,٠٠



لمحة عن الشركة
نفخر بتاريخ عريق تعمقت جذوره وتآصلت في صناعة العطور وتجارها،
حيث كانت انطلاقنا الأولى في مكة المكرمة عام ١٩٢٩م تمثلت في متجر متواضع أمام الحرم المكي الشريف
لبيع العود والعنبر وتقديم خلطات مميزة من العطور. وسرعان ما راجت هذه التجارة وتطورت ليتم افتتاح أول معارضنا
في جدة معلنين بذلك بداية مسيرة طموحة وسعي متواصل للنجاح.
وبالإصرار والعزيمة والرؤية الواضحة شققنا طريقنا بثبات لنكون واحدة من كبرى شركات العطور
على مستوى المملكة العربية السعودية والخليج.

العنوان
الكويت مجمع الكوت، الكويت
The Gate Mall، الكويت
طريق الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان، الكويت

<https://maps.app.goo.gl/b61V8pKeHeqFoDrd9> 

<https://maps.app.goo.gl/b61V8pKeHeqFoDrd9> 

<https://maps.app.goo.gl/E5t9Gh1PsZsUfq41A> 

+965 2209 4000 

[/https://kw.ibrahimalqurashi.com](https://kw.ibrahimalqurashi.com) 

<https://www.facebook.com/ibrahimalqurashishops> 

<https://www.instagram.com/ibrahimalqurashi/> 

<https://www.youtube.com/channel/UC9n-OgdFsYZfD-H6jmnIJsw> 

<https://www.snapchat.com/add/i.alqurashi> 

العود الأزرق ٣٥,٧٥٠KWD طر الوفيه العود الأزرق للجنسين - امل - مركز

خيم السكون قبل بداية تراقص النغمات ، بدأت نوات العود بجرأة وثبات و تدخل الزنبق
بنوتات زرقاء رقيقة ذات فوحان وانتعاش أخاذ. فيهدأ المكان ويحل الغموض بمعزوفة ساحرة
من الباتشولي وتعم رائحة الجلود الفاخرة وفجأة تجتمع النوتات على نغم واحد ممزوجا
بالعنبر والتبغ ليكشف عن عطر رائع بمزيج مثالي
النوتة العطرية:

مقدمة العطر : الزنابق الزرقاء ، العود

قلب العطر: باتشولي ، جلد

قاعدة العطر: التبغ والعنبر



١٦,٥٠٠KWD مسك ابراهيم القرشي الخاص المركز - ٧٥ مل

يلائم جميع اللحظات وينعش سخونة الصيف تتناثر فيه روائح المسك والعنبر لإحساس فوري
بالنظافة والانتعاش وتفيض في قلبه رائحة مسك الغزال الممزوجة مع الزنبق الفاخر ويغزل
المسك المثير سحره نحو قاعدة من التونكا والورد لتغمر من يشمها بجمالية الشعور. أخلطه
مع عطر المفضل بعد الإستحمام لثبات وفوحان ساحر.

النوتة العطرية:

مقدمة العطر: المسك ، العنبر ، زهرة البتولا

قلب العطر: جلد الغزال، زنبق

قاعدة العطر: الورد ، فول تونكا





التوباكو الجمايكي ٢٩,٢٥KWD

١٦,٢٥KWD
استعد للغلب
على حرارة الصيف مع هذه
المجموعة المثالية من عطور
المسك التي تجسد معنى
الانتعاش وتوفر إحساساً بالبرودة
يدوم طوال اليوم بنفحاتها
وقاعدتها المنعشة.

تحتوي الباقة على:
مسك ألزمان
مسك الخوخ
مسك فانيلا
ربع تولة المسك الخاص (أبيض)



الاسم عبد الصمد القرشي

لمحة عن الشركة
عملق صناعة العطور في الشرق الأوسط " عَبْدُ الصَّمدِ الْقُرَشِيِّ سَادَةُ الْعِطْرِ الْمَلِكِي " أصالة... تاريخ... وعراقة...
بعون الله وتوفيقه بدأنا، ومن أرض البيت العتيق انطلقنا ومن حدود الوطن عبرنا، وإلى مختلف بقاع الأرض وصلنا أصلٌ له جذور...
متوارثين خبرة الآباء والأجداد مواكبين العصر في تلبية احتياجات مختلف الأذواق محققين الإنجازات، تاركين ألمع البصمات...
العنوان
العاصمة مول ,, مدينة الكويت، الكويت
بالإضافة إلى ١٢ فرع موزعة في جميع أنحاء الكويت

<https://maps.app.goo.gl/Vm٣TcPCyBoTeYvsj٩>

+965 514 00611

لا يوجد

[/https://store.asqgrp.com/kw_en](https://store.asqgrp.com/kw_en)

<https://www.facebook.com/Asq.Eng>

https://twitter.com/asq_group

https://instagram.com/asq_group/

عود بوخور كلاكاسي هندي
د. ٢٥٦,٠٠٠ د.
ك

من أجود وأندر أنواع العود الهندي الموجود فقط في منزل عبد الصمد القرشي يأتي من جبال كلكا في الهند ويحمل اسمه وهو جبل مرتفع للغاية مع وديان خضراء رائعة حيث يملأ الضباب الهواء. رفاهية ممزوجة بشغف برائحة الخشب وبخور العود مزيج فريد ومثير من الرائحة اللطيفة التي تملأ أجواء السحر والسحر التي أنتجها عبد الصمد القرشي.



SAFARI HOMME

KWD٤٤,٠٠

سعة ٧٥ عطر مسك جريء يشرعك في مغامرة مثيرة عبر رحلات السفاري الصحراوية العربية بكل سحرها وحيويتها ، محاطًا برائحة الورد الطائفي والمندرين.



مسك الجسم - إصدار محدود - ٣٠ مل دك ٢٠,٠٠٠

بخاخ مسك الجسم من اجمل خلطات الفخامة والشهرة. هذا المزيج هو الأكثر مبيعًا في ASQ. وذلك بسبب مكوناته السحرية من خشب العود الأبيض الممزوج بالمسك والزنبق والبنفسج. إحساس فريد مليء بالعاطفة ، عطر أسطوري ، يزيد عمره عن ٨٠ عامًا ، يجمع بين حداثة اللحظة وتقاليد الأمت. رائحة هذا المسك تغذي وتنشط الجسم كله بقطرة عذراء نقية من الياسمين الملكي. إنتاج عبد الصمد القرشي



SASORA OUD

KWD٣٨٤,٠٠

حكاية لبالي عربية وسحر لا يقاوم "ساسورا عود" هو مزيج آسر من المسك الذي لا يقاوم ، وزيت الورد الطائفي الحلو ، والفانيليا الرقيقة والرائحة السحرية للعود القديم النقي سعة ٨٠



MANDARIN MUSK SPRAY

سعة ١٠٠

KWD٢٤,٠٠

يُعد بخاخ المندرين المسك من عبد الصمد القرشي عنصرًا أساسيًا في روتين العناية بك لسنوات قادمة ، وهو عبارة عن مزيج من الروائح التي لم تجربها من قبل. مزيج فاكهي وودي مسكي من المندرين والورد البرتقالي ونجيل الهند.



الاسم
مجموعة المطوع للطور - وكيل بوديسيا ذي فيكتوريس

لمحة عن الشركة
مجموعة المطوع للطور
تأسست مجموعة المطوع للطور في دولة الكويت عام ٢٠١٨ من قبل مؤسسها السيد محمد المطوع وتعتبر شركة رائدة في عالم الطور الفاخرة للجنسين وتضم العديد من العلامات التجارية العالمية من بريطانيا وفرنسا وإيطاليا والمتواجدة في أهم مراكز التسوق العالمية الشهيرة مثل هارودز وسيلفردج وغاليري لافايت باريس.

تتميز طور مجموعة المطوع بأنها ذات طابع فاخر ومميز والتي تضم اجود انواع المركبات العطرية الطبيعية من النباتات والزهور والعود والعنبر والبخور بأيد خبيرة من موردين ذوي شهرة عالمية، معروفين بالتزامهم بأعلى معايير الجودة. وكالاتنا

تعتبر مجموعة المطوع للطور وكيل للعديد من العلامات التجارية الفاخرة في الكويت ومن أهمها:
"بوديسيا ذا فيكتوريس , كريستيان بروفنزانو , راجاني , شري لندن , مراميس"

العنوان

مدينة الكويت - العاصمة مول - الدور الارضي - محل رقم GF-٢٥

<https://maps.app.goo.gl/g4H9R7nK6S8FHSGg7>

0096599162226

لا يوجد

[/https://mutawaperfume.com](https://mutawaperfume.com)

https://mutawaperfume.com/instagram.com/Boadicea_kw



سكارلت عنبر & ياسمين ١٠٠ملي
٣٠,٠٠٠KD مقدمة العطر

بذر اليانسون - فاكهة حمراء -
جريب فروت

قلب العطر

زهر البرتقال - الياسمين - الهيل -
موجيت - السوسن

قاعدة العطر

العنبر - خشب الأرز - نجيل الهند



الماس

٢٤٥,٠٠٠KD

عطر نقي لا يعرف الخوف بتركيز
عالي، بالتأكد العطر الذي
سيجذب المحارب الجريء بداخلك.

مقدمة العطر : زعفران , اناناس ,
هيل

قلب العطر : ورد تركي , ياسمين ,
زهرة البرتقال

قاعدة العطر : عود , خشب الأرز ,
مسك , باتشولي , فانيلا



شاربوت

٧٥,٠٠٠KD

أعلن عن إحساسك بالتحدي اللامع
مع هذا العطر الذي لا يقهر من
بوديسيا ذا فيكتوريس , مليئ
بالأزهار الرائعة واتفاقات الغابات

مقدمة العطر : بارغموث , ليمون ,
بيري أحمر

قلب العطر : ورد , هيل , نيرولي
قاعدة العطر : عود , خشب الأرز ,

مسك , باتشولي , خشب الصندل ,
فانيلا

عطر الشعر- نمر ٥٠مل
٣٥,٠٠٠KD
عطر الشعر- نمر ٥٠مل
عطر الشعر- نمر ٥٠مل
٣٥,٠٠٠KD

القليل من العطور توفر حيوية على الجلد ، مثل الشعور بالوخز من الرفاهية. المكونات العليا من تركيا والمغرب تضفي جواً غامضاً من الرقي الحماسي

مقدمة العطر : ورد تركي ، زعفران ، ورد
قلب العطر : عود ، باتشولي
قاعدة العطر: عنبر ، خشب الصندل



امبيرال - عطر الغرفة والملابس
٢٠,٠٠٠KD
امبيرال - شعور بالسلطة والتأكيد الهادئ الذي هو جوهر القوة الإمبراطورية
مقدمة العطر : لافندر
قلب العطر: ياسمين
قاعدة العطر : باتشولي ، لذر ، عود ، خشب الصندل



الاسم
الجزيرة للعطور

لمحة عن الشركة

"عندما ظهرت "الجزيرة للعطور" منذ عام ١٩٩٨ لأول مره في مدينه الدوحة. بدأت خطواتها الأولى في هدوء وبلا ضجيج وبحكمه مؤسسيها ، وطاقة وحيوية شبابها، وأصالة رؤيتها، لتكون بيت الخبرة في مجال العطور ومنتجاته والذي انتشر أريجها النفاذ خلال أرقى الأسواق الخليجية، ولتكون تعبيراً صادقاً أسلوب حياه الرقي والترف الذي يميز عملاتها.

والآن.. واثقه الخطى تسير "الجزيرة للعطور" تتابع اسلوب الحياه الراقى لعملائها ولكي تعمل على إرضائه يقوم فريق عمل "الجزيرة للعطور" بالبحث في كل أطراف العالم لاجتذاب أفضل الخبرات وأكثر المنتجات جوده، وأرقى العبوات وأفكار الهدايا جاذبيه. لكي تقوم بإعادة ابتكار أسلوب حياه أكثر حيوية ورقى وفخامة. ولاتوجد حدود لطموحات "الجزيرة للعطور" في التوسع والإنتشار عبر الزمان وعبر المكان لتكون سريعة النمو والإنتشار عبر العالم

<https://maps.app.goo.gl/ekT4nyedgJh9KdaH9>

INFO@FRANCEGALLERY.ME

[/https://kuwait.aljazeeraperfumes.com/en](https://kuwait.aljazeeraperfumes.com/en)

<https://www.facebook.com/aljazeeraperfumes.kuwait>

<https://instagram.com/aljazeeraperfumes>

<https://www.tiktok.com/@jazeeraperfumes>

<https://www.snapchat.com/add/jazeeraperfumes>

<https://www.youtube.com/c/aljazeeraperfumes/videos>

<https://twitter.com/jazeeraperfumes>

الأفنيوز ٢	Al Hamra Tower	٣٦٠ مول	الأفنيوز	العاصمة مول	Al Raya	
٢٢٢٠١٣١٢	٢٢٢٧٠٢٧٧	٢٥٣٠٩٩٢٢	٢٢٥٩٧٧٩٩	٢٢٣٣٢٢٣٢	٢٢٩٩٧٧٢٢	

Al Dabbous	ممشى منتزه	Al Kout Mall	٨٩ مول	ذا جيت مول	سيمفوني مول	📍
٢٤٧٤١١٤٤	٢٢٠٥٦٤٤٤	٢٢٢٨٩٢٧٧	٢٢٠٦١٢٣٣	٢٢٠٥٦٥٥٥	٢٥٧٧٠٥٥٥	📱

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.al_jazeera



تولا الشیخة فاطمة

تولا
٠,٥ تولا
٠,٢٥ تولا
٤٠,٠٠ دينار كويتي



من ٢٥ إلى ٢٦ فبراير ٢٠٢٣
مقاس
٧٠ مل

٤٠,٠٠ دينار كويتي

المكونات: عود + عنبر + باتشولي
+ فانيلا + لافندر



رانديفو في موسكو
١٠٠ مل

٤٠,٠٠ دينار كويتي
المكونات: مسك + عنبر + خشب ارز
+ خشب صندل + فانيلا + روز +
مندرين



Taj
ML ٥٠
KWD ١٠,٠٠

عطور تاج هي واحدة من المجموعات الفاخرة التي تقدمها الجزيرة للعطور. إنه غني بزيت العود وملهي بالأصالة والفخامة ليمنحك أفضل رائحة لخلق مناسباتك الخاصة بلمستك الأنيقة. هي رائحة عطرية مميزة تدوم معك لفترة طويلة ثم تأتي معها العنبر والزئبق لتضيف لمسة نهائية تفيض بمشاعر متناغمة وتبرز شخصيتك القوية والمؤثرة.
المكونات: (زيت عود الكالاسي القديم - الباتشولي - العنبر - الزئبق

بوكس عيد الام
بوكس عيد الام ٢٠٢٢
١٤٥,٠٠ دينار كويتي

صندوق يحتوي على:
* فينيسيا - سيلك روز عود العنبر - زيت
* آرت ديكو - سيلك - عود كهرمان - زيت



لمحة عن الشركة
نحن سعداء

لأنك تشاركنا تجربتنا العطرية التي بدأناها قبل عشر سنوات
لأن العود مملكة؛ كان (ملك العود). نفخر بأننا أول شركة (عمانية ١٠٠٪) تخصص في العود وروح الورد الطائفي.
نجمع لك الأنقى والأندر من الروائح العجيبة للعود الأصلي، يبدأ بيد من معامل التقطير في غابات العود في كمبوديا،
ولوس، وبروناي، وأندونيسيا، وماليزيا، ومن بساتين الورد في الطائف؛ حتى تكون بين يديك معبأة في قناني (ملك العود)
العنوان
برج التجارية، مدينة الكويت، الكويت

<https://maps.app.goo.gl/m1tr5VRNvxpxH4Dg9> 

<https://wa.me/96896625669> 

<https://malikaloud.om/> 

<https://web.facebook.com/MALIKALLOUD11> 

<https://twitter.com/waleed1298> 

https://www.instagram.com/malik_aloud 



LUBAN OIL خلاصة اللبان
الملكي
١٥,٠٠ ر.ع. - ١٦,٠٠ ر.ع.

Size
١٢ مل توله كاملة
٣ مل ربع توله
٦ مل نص توله



LOUD OIL CAMBODI NADER
دهن عود كمبودي نادر
٨٥,٠٠ ر.ع. - ١٣٤,٠٠ ر.ع.

Size
١٢ مل توله كاملة
٣ مل ربع توله



WARD MOROCCAN ورد
مغربي
٣٥,٠٠ ر.ع. - ١٤,٠٠ ر.ع.

Size
١٢ مل توله كاملة
٣ مل ربع توله

ML ١٠٠ AGARLUBAN عطر آجار لبان

٢٥,٠٠ ر.ع.



لمحة عن الشركة
تأسست زهرة العرفج عام ٢٠٠٠ ، وكانت بداياتها المتواضعة في قلب سوق التراث الكويتي
نظرًا لكونها مملوكة محليًا وعائلة ، فقد وفرت مجموعة من المنتجات لعملائها بالجملة والتجزئة في دول مجلس التعاون الخليجي.
تجد العرفج مكانتها في العطور والعود ومستحضرات التجميل ، وتسعى جاهدة للحفاظ على جودتها الفائقة
من خلال الحصول على منتجاتها من كيانات رفيعة المستوى في فرنسا وإسبانيا وألمانيا والهند. إلى جانب هدفه
المتمثل في تقديم منتج عالي الجودة ، يشتهر المالك توني وفريقه بتقديم خدمة عملاء ممتازة عبر جميع وسائل ماركة زهرة العرفج

<https://maps.google.com/?cid=15935841899359185800&entry=gps>

WhatsApp: +965 51287579

<https://www.zaharatarfaj.com/>

<https://www.facebook.com/zaharatarfaj/>

zaharataa@gmail.com

<https://www.instagram.com/zaharatarfaj/>

سوق المباركية - سوق الزال ، محل ٥٤ ، المباركية ١٥٣٠٦ مدينة الكويت	
هاتف: +٩٦٥ ٢٢٤١١٨٠٤ واتساب: +٩٦٥ ٦٦٨٥٨٠٣١	
سوق المباركية - سوق صلاح ، محل ١٢ ، المباركية ١٥٣٠٦ مدينة الكويت	
هاتف: +٩٦٥ ٦٥٩٢١٠١ واتساب: +٩٦٥ ٦٦٨٥٨٠٣١	
الفحيحيل - شارع حمود عبدالعزيز السنان - مجمع بناية خزام محل ٥٤	
هاتف: +٩٦٥ ٢٣٩٢٧٩٥٨ واتساب: +٩٦٥ ٥١٢٨٧٥٧٩	

٣- د- تحليل SWAT تحليل نقاط القوة والضعف للشركة وتحليل الفرص والتهديدات عليها

نقاط القوة:

- يوجد مخزون مالي إضافي
- ماركة عالمية
- تتميز بفرادة منتجاتنا في السوق الكويتي من ناحية التصميم والجودة
- تتميز منتجاتنا بأشكال متميزة وجذابة
- نقدم لدى عملائنا خاصية إستبدال المنتج من أي نقطة بيع تابعة لنا
- نقدم خدمة التوصيل
- لدينا تكامل خلفي حيث اننا نعتمد على مورد قوي وحصري لنا
- لدينا تصاميم جيدة في حسابات السوشيال ميديا

نقاط الضعف:

- يوجد ضعف في التسويق الإلكتروني بشكل عام
- الميزات التنافسية تقليدية بالرغم من إمكانية تحسينها
- عدم الاعتماد على التسويق الرقمي بشكل كبير
- عدم إتباع إستراتيجيات التسويق والتسويق الإلكتروني الحديثة
- والتأخر في مواكبة التطور في هذا المجال

الفرص:

- ارتفاع الإنفاق على العطور: يعتبر الكويتيون من أكبر المستهلكين للعطور في المنطقة، حيث يُعتبر العطر جزءًا هامًا من ثقافة الجمال والأناقة في المجتمع الكويتي.
- وتشير التقديرات إلى أن سوق العطور في الكويت تشهد نموًا مستدامًا.
- الاهتمام بالعطور المناسبة للمناسبات الاجتماعية: يُعتبر العطر في الكويت جزءًا أساسيًا من الاحتفالات والمناسبات الاجتماعية.
- يُفضل المستهلك الكويتي ارتداء عطر يتناسب مع الأحداث الخاصة مثل الحفلات والمناسبات الرسمية والزيارات الاجتماعية.

التهديدات:

- المنافسة الشديدة: تعتبر صناعة العطور مجالًا تنافسيًا جدًا، وقد يكون من الصعب للعلامات التجارية الجديدة الدخول إلى السوق الكويتي والتنافس مع العلامات التجارية المعروفة والمرموقة.
- العوامل الجغرافية: تقع الكويت في منطقة صحراوية حارة، مما يعني أن درجات الحرارة العالية قد تؤثر على استخدام العطور ومتانتها، وتقليل الطلب خلال فصول الصيف

٣- هـ- تحليل الأداء في حال وجود خطة سابقة

لايوجد خطة تسويقية سابقة.

٣- و- تحليل الوجود الرقمي الموقع الإلكتروني وقنوات التواصل الإجتماعي لشركتنا ولمنافسينا

- المحتوى المكتوب لمنشورات حساب الانستغرام جيد
- تصاميم المنشورات على منصة الأنستغرام ممتازة جدا

- لا يوجد متجر الكتروني (جاري الانشاء)
- غير موجود على خرائط جوجل
- التواجد على السوشيال ميديا ضعيف
- عدد متابعين قليل على منصة الأنستغرام
- النشاط على حساب الأنستغرام ضعيف
- التفاعل على منشورات منصة الأنستغرام ضعيف
- لا يوجد إعلانات ممولة على الإنترنت على الإطلاق
- لا يوجد فيديوهات ضمن محتوى السوشيال ميديا

٤- اهداف الخطة التسويقية بناء على التحليلات

- تحقيق مبيعات بأجمالي ٥٠ قطعة شهريا
- تحقيق وصول لاسم الماركة الى ٢,٠٠,٠٠٠ شخص شهريا
- زيادة الحصة السوقية
- زيادة الوعي بالعلامة التجارية بشكل كبير في السوق الكويتي
- عن طريق منصات السوشيال ميديا
- زيادة عدد متابعين على صفحات السوشيال ميديا
- الوصول الى ١٠٠ عميل محتمل شهريا
- تحقيق تواجد رقمي قوي على منصات السوشيال ميديا

٥- الإستراتيجية التسويقية

- ١-توسيع خط المنتجات:
إضافة منتجات جديدة لمحفظة الشركة لتلبية احتياجات ورغبات العملاء الحاليين وجذب عملاء جدد. يمكن أن يكون التوسع في خط المنتجات عن طريق تطوير منتجات جديدة أو تحسين المنتجات الحالية.
- ٢-التوسع عبر القنوات التوزيع:
استكشاف قنوات توزيع جديدة للوصول إلى عملاء جدد.
على سبيل المثال، الاستفادة من التجارة الإلكترونية والمبيعات عبر الإنترنت.
- ٣-استراتيجية دخول السوق من خلال جودة المنتجات التركيز على تصميم المنتجات والثباتية
- ٤-استراتيجية الجذب من خلال الاعلانات

٧- الشريحة المستهدفة

- شرائح العملاء المحتملين:
- الشريحة للأشخاص المهتمين بمنتجاتنا وانما يتم التركيز على شرائح ادق من نفس هذه الشريحة بحسب المنتج المعروض
- العمر: من ١٨ الى ٤٥
- الجنس: ذكور -إناث
- الحالة الاجتماعية : الكل
- المستوى التعليمي: ثانوي فما فوق
- الحالة المادية: المتوسطة – الغنية- الثرية
- الموقع الجغرافي : الكويت
- الاهتمامات: العناية الشخصية – الجمال – الموضة – الثقة والاناقة – الأعياد والمناسبات
- السلوكيات: المتسوقين المتفاعلين – شراء هدايا باستمرار – تسوق البسة جديدة باستمرار
- الطلاب
- المقبلين على الزواج
- ربات المنازل

٨- الإطار الزمني لتنفيذ الخطة

- الخطة التي نعمل بها يتم تنفيذها باحترافية تامة، ولتحقيق أهداف الحملة الاعلانية يتوجب علينا العمل ضمن خطة عمل ومدتها ستة شهور (٦ أشهر)،
- حيث أن الخطة ستكون مقسمة إلى سبعة مراحل كما يلي:

١- الدراسة والتحليل والمعطيات الأساسية (٢ أسابيع)

من ٢٠٢٣/٠٦/١٥ الى ٢٠٢٣/٠٦/٢٣

سوف يتم جمع كافة المعلومات اللازمة والذات صلة، والتي ستبنى عليها خطة التسويق الرقمي،

حيث سيتم بناء أربع ملفات في هذه المرحلة (العملاء - المنتج - السوق - المنافسين).

٢- الخطة الأولية (٣ أسابيع)

من ٢٠٢٣/٠٦/١٥ الى ٢٠٢٣/٠٧/١٦

ملحظة: ١- أيام عطلة عيد الاضحى

سوف نقوم في هذه المرحلة بإعداد خطة التسويق الكاملة على أساس المعلومات التي تم جمعها والتحليلات التي

تم إجراؤها، حيث أن الخطة ستشمل برنامج القنوات التي سوف يتم إستخدامها خلال الحملة،

والميزانية التي سيتم إنفاقها، وبرنامج خطة الإعلانات، وبرنامج فترة التحضير، وبرنامج فترة الإختبار،

والمحتوى الرقمي الذي سوف يتم إعداده (تصاميم، صور، فيديوهات، محتوى كتابي)، والإيرادات المتوقعة.

٣- مرحلة التحضير (٣ أسابيع)

من ٢٠٢٣/٠٧/١٦ الى ٢٠٢٣/٠٨/٠٦

سوف نعمل في هذه المرحلة على إعداد وإدارة القنوات الرقمية (حسابات السوشال ميديا)،

على أن نضمن نشاط القنوات وجاهزيتها لبدء الحملة الإعلانية، في حين أننا سنقوم بتجهيز المحتوى الرقمي اللازم

في هذه المرحلة (كتابة الإعلانات، إعداد الصور والفيديوهات والتصاميم والمواد الرقمية الأخرى).

٤- بناء الوعي بالمنتج والعلامة التجارية (٢ أسابيع)

من ٢٠٢٣/٠٨/٠٦ الى ٢٠٢٣/٠٨/٢٠

سنبدأ حملة التوعية في هذه المرحلة، وهذا عن طريق جذب العملاء المهتمين بالمنتج لقنوات التواصل الإجتماعي

والموقع الإلكتروني وزيادة متابعين صفحات السوشال ميديا.

٥- تجربة المبيع (٢ أسابيع)

من ٢٠٢٣/٠٨/٢٠ الى ٢٠٢٣/٠٩/٠٤

سوف نقوم بإطلاق الإعلانات الإختبارية في هذه المرحلة, حيث سيتم تقييم الإعلانات الأكثر نجاحاً

والأساليب الأكثر فعالية مع العملاء المحتملين, لاعتماد الإستثمار الأنجح في الحملة كاملة. وأنشطة المبيعات

سوف تبدأ في هذه المرحلة, ولكن النتائج الفعلية سوف تكون في المرحلة التالية.

٦- حملة المبيعات الكاملة (١٢ اسبوع)

من ٢٠٢٣/٠٩/٠٤ الى ٢٠٢٣/١٢/٠١

هذه هي المرحلة الأساسية من حملة التسويق الرقمي, إذ نقوم بإطلاق الحملات الإعلانية المنتظمة وإدارتها,

ويتم إجراء الاجتماعات الاسبوعية لتقييم أداء الحملة وإجراء التحديثات اللازمة, ويتم إستخدام تقنيات متعددة

في هذه المرحلة لضمان الحصول على النتائج المطلوبة.

٧- إكمال المشروع (١ اسبوع)

من ٢٠٢٣/١٢/٠١ الى ٢٠٢٣/١٢/٠٧

هذه هي المرحلة النهائية من المشروع, وفي هذه المرحلة نقوم بتسليم التقرير النهائي لكم,

والذي يتضمن جميع الأنشطة التي قمنا بها, والنتائج التي حققناها, والأهداف التي أنجزناها,

والميزانية التي تم إنفاقها, ومقدار الأرباح التي حصلتم عليها.

وبعد هذه المرحلة قد تقرررون بدء حملة تسويقية أخرى, فإن الجدول الزمني سوف يكون أسرع بعد المشروع الأول.

٩- توزيع المهام

- ١- جمع معلومات
- ٢- الخطة التسويقية
- ٣- كتابة المحتوى
- ٤- تصميم صور
- ٥- تصميم فيديو
- ٦- إدارة إعلانات
- ٧- تحسين الموقع الالكتروني
- ٨- انشاء صفحات هبوط
- ٩- تثبيت نقاط البيع على خرائط جوجل
- ١٠- اطلاق الحملات الاعلانية
- ١١- متابعة الحملات الاعلانية
- ١٢- تقارير الحملات الاعلانية

١٠- ميزانية التسويق

١٠٠ دولار يوميا

١١- المزيج التسويقي

١١-١ المنتج

١١-٢ التسعير

١١-٣ التوزيع

- نقاط البيع الفعلية
- قنوات السوشيال ميديا
- نقاط الالتقاء مع العملاء :
- صفحة الفيس بوك
- حساب الانستغرام
- بريد الانستغرام
- الماسنجر
- تيك توك
- برنامج واتساب
- سناپ شات

١١-٤- الترويج

١١-أ- التسويق التقليدي

الإعلانات الطريقة – الإعلانات في الصحف والمجلات –
الإعلانات في الإذاعة والتلفزيون -المشاركة في المعارض
(ولكن لا يمكن تحديد المعارض والتواريخ وقابلية حضورها بدقة الآن.
ولكن يتم تحديد حدث الإشتراك بمعرض ما على الفور حين مراجعة الخطة
على رأس كل شهر ورؤية الفرصة في حضور معرض معين)-
عمل حدث داخل الجامعات وتوزيع عينات مجانية

١١-٤-ب- التسويق الإلكتروني (قنوات التواصل الاجتماعي)

١١-٤-ب-١ - خطة المحتوى:

- ١-المحتوى الكتابي
- ٢-المحتوى المرئي
- ٣-تصاميم الغرافيك
- ٤-محتوى الفيديو

١١-٤-ب-٢- خطة الإعلانات

- يتم تحديد خطة الإعلانات بشكل دقيق بعد الحملة الإعلانية التجريبية الأولى والتي نقوم من خلالها بتحليل نتيجة الإعلان الأول لنستخلص منه المعلومات التي سنبنى خطتنا الإعلانية اللاحقة عليها والتي هي
- تكلفة النقرة الواحدة
- تكلفة التحويلة
- معدل التحويل
- تكلفة الشراء

ولكن خطة الإعلانات المبدئية ستكون على الشكل التالي:

• إعلانات وصول وزيادة الوعي بالعلامة التجارية

- المدة: من ٢٠٢٣/٨/٠٦ إلى ٢٠٢٣/٨/٢٠

- نوع الإعلانات: إعلانات وصول

- الميزانية: يتم التحديد بعد الحملة التجريبية

- سعر ١٠٠ وصول: يتم التحديد بعد الحملة التجريبية

• إعلانات سوشيال ميديا

- المدة: طيلة مدة الخطة

- نوع الاعلانات: رسائل ماسنجر + رسائل انستغرام + رسائل واتساب + رسائل سناب شات

- سعر الرسالة : يتم تحديدها بعد الحملة التجريبية

١٢-تخطيطات وتلخيصات هامة أخرى

١٢- أ- كيف نجلب العملاء

- ما هي الشريحة المستهدفة

- يوجد ٤ شرائح مستهدفة
- ١-شريحة العملاء الشاملة المهمتين في العطور
- ٢-الطلاب
- ٣-ربات المنازل
- ٤-النساء المقلبين على الزواج

- ما هي الرسالة التي سوف نوصلها للعملاء

- ١-جودة المنتجات
- ٢-تصميم العبوة والتعبئة
- ٣-تنوع المجموعة
- ٤-السمعة للعلامة التجارية

- كيف سنصل للعملاء

عبر نقاط البيع الفعلية
وعن طريق حملات إعلانية رقمية في مواقع التواصل الاجتماعي

١٢-ب- كيف سوف نقنع العملاء ليتعاملوا معنا

-كيف نجلب معلومات العملاء ونتواصل معهم

حملات إعلانية بهدف حث العملاء على التواصل معنا
عبر رسائل مواقع التواصل الاجتماعي او عبر الواتساب

- كيف نبقي العملاء على تواصل معنا وماذا نرسل لهم

-منشورات تفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي

- كيف نحول العميل من عميل محتمل الى عميل حالي

تقديم قيمة مضافة: عمل فيدوهات نصائح عن اختيار العطور
تنظيم حملات لتوزيع عينات مجانية لتجربة المنتجات

١٢- ج- كيف نحافظ على عملائنا الحاليين

- كيف نسعد العملاء الحاليين

خدمة عملاء ممتازة
الاستطلاعات والتعليقات

- كيف نزيد من القيمة العمرية للعميل

برنامج الولاء والمكافآت

- كيف نحول العميل لدينا الى مروج لنا

- ١- برامج الإحالة: قم بتقديم برنامج إحالة يكافئ العملاء الحاليين عندما يشاركون منتجاتك مع أصدقائهم وعائلاتهم.
على سبيل المثال، يمكنك منح العملاء خصومات إضافية أو هدايا مجانية عندما يحيلون شخصًا آخر لشراء المنتجات.
- ٢- تنظيم مسابقات لنشر صورة من منجاتنا وعن تجربته
- ٣- نشر صورة لعطر تحبه من ليلاس للفوز به

١٢-المقترحات للشركة

هذه الخطة تم إعدادها بدقة بعد دراسات وتحليلات وإتخاذ القرارات الأنسب للوصول للأهداف المخطط لها لخطة السنة، لذا يجب الإلتزام بها وعدم التغيير أو إتخاذ أي إجراء خارج الخطة قبل الرجوع إلى مدير التسويق.

- يجب مراجعة الخطة بشكل دوري بمعدل مرة كل شهر على الأقل من قبل المدير التنفيذي ومدير التسويق للتأكد من سير الخطة على نحو صحيح واتخاذ الإجراءات اللازمة في حال حدوث تغييرات.
- هذه الخطة تعرض على صاحب المشروع والمستثمرين والمدير التنفيذي للمشروع، ولاينصح بعرضها على أشخاص خارج المشروع سوى المستثمرين.
- لايجب عرض هذه الخطة على أي منافس لأي سبب كان قبل الرجوع لمدير التسويق لتقييم السبب.
- ينصح عرض قسم "أهداف الخطة" وقسم "الخطة التنفيذية" من الخطة التسويقية على الموظفين والقائمين على المشروع لمعرفة أهداف المشروع للسنة ومعرفة أدوارهم كجزء من المشروع وتحفيزهم للوصول إلى الأهداف.