

Burgundy Pasta

MARKETING STRATEGY BY SCENE PRODUCTION



تحليل الصفحة

- معكرونة العنابي هي براند باستا عالي الجودة مصنّع من سميد خالص
- ويتم إنتاجها بدقة وشغف داخل المصنع.
- الصفحة تبرز إنها عنوان للمعكرونة الحقيقية، لجودة لا تُساوم، ولحظات عائلية في المطبخ.

• المحتوى الحالي غالبًا يتكلم عن:

- تنوع المعكرونة
- الذوق الأصيل
- قيم العائلة ولمّة البيت مع وجبات العنابي
- الرابط العاطفي بين الأكل والبيت



الاهداف

الهدف الرئيسي

تحويل صفحة معكرونة العنابي من صفحة منتجات تقليدية إلى منصة تفاعلية ومرجع في عالم الباستا.

الأهداف الفرعية:

- ✓ زيادة الوعي بالعلامة التجارية
- ✓ زيادة التفاعل (إعجابات، تعليقات، مشاركات)
- ✓ زيادة عدد المتابعين
- ✓ تشجيع المتابعين على تجربة المنتج في المنزل



TARGET AUDIENCE

- أفراد العائلات
- الشباب المهتم بالطبخ السريع
- الطلاب والأفراد الباحثين عن وصفات سهلة وسريعة
- الطهاة المحترفين في المطاعم
- المبتعثين





THEME

أول 5 ثواني على إنستغرام هي اللي تقرّر إذا المتابع رح يتابعك، يثق فيك، أو يكمل سكروول.

الهوية البصرية مو بس ألوان حلوة أو بوستات مرتّبة، هي شخصية البراند، إحساسه، وطريقة حضوره بعقل الزبون. لما تكون:

- الألوان متناسقة
- الخط واضح
- المحتوى له أسلوب واحد
- الزبون فورًا يشعر إن البراند محترف، موثوق، ويستاهل التجربة.

ترتيب الصفحة هو اللي يحوّل الزائر لمتابع،

والبايو المحترف هو اللي يجاوب بثواني:

من أنت؟ ماذا تقدّم؟ وليش أختارك؟

أما الهايلايت فهي كأنها واجهة المحل:

- تختصر تعب الشرح
- تجاوب على الأسئلة
- تسهّل قرار الشراء

لذلك يجب:

• اعتماد ثيم محدد مع ألوان وهوية محددة

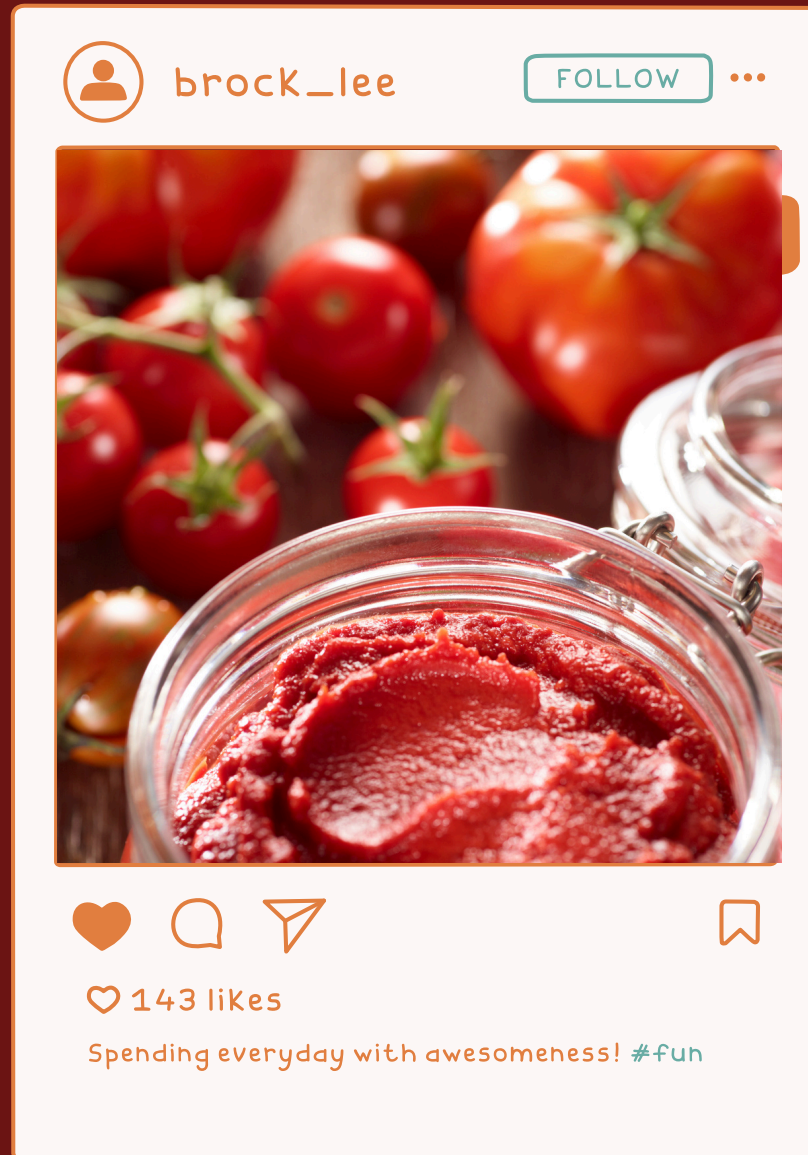
• إضافة في الهايليت: الفرع - المواقع - طريقة التواصل -

رأي الزبائن

مع cover لكل واحدة منها

• ترتيب البايو: وضع جملة مختصرة تحدد طبيعة العمل -

رقم التواصل - الفرع بشكل مختصر



الركائز الأساسية للمحتوى

A. (Recipes)

وصفات منزلية تستهدف الامهات والطهارة

B. (Tips & Hacks) نصائح ومهارات

- طريقة سلق صحيحة للباستا
- اختيار نوع الصوص المناسب لكل شكل باستا

C. (Brand Storytelling) قصص براند

- أصل المعكرونة العنابي
- كيف تصنع وبماذا تتميز

D. (UGC) تجارب العملاء

إعادة نشر محتوى الزبائن
أسئلة في الستوري ومشاركة آراء
العملاء

E. Lifestyle & Comfort Content

”لقطات” جلسة أكل عائلية
تجهيز سفرة

F. Brand awareness ideas أفكار

لزيادة الوعي بالعلامة التجارية

AI VIDEOS

مع الـ AI، نحن قادرون على خلق فيديوهات احترافية لمعكرونة العنابي وكأنها مصوَّرة في أي دولة نريدها...
الكويت، قطر، السعودية، البحرين، أو أي دولة أخرى.

نقدر نختار المكان اللي يناسب هوية البراند:
كورنيش، شارع حيوي، معلم مشهور...
ونضع المنتج داخل هذا المشهد بشكل طبيعي وجذاب

الفكرة هنا ليست إعلان مباشر،
بل خلق صورة ذهنية للبراند:
إن معكرونة العنابي موجودة... وقريبة... وقابلة للتوسع.



Brand Awareness Ideas

2 - أكياس تسوّق سوبرماركت Walking Shelf

- لون عنابي + اللوجو
- بدون صورة معكرونة
- مكتوب:
- "الفدا صار أسهل."

1- كرت وصفة واحدة فقط

Cognitive Simplicity

كرت صغير داخل الكيس:

- وصفة واحدة

- 10 دقائق

- 4 مكونات

مكتوب فوق:

"أسرع قرار اليوم"

ليش ذكية؟

- الناس تكره الخيارات

- تربط البراند بالسهولة



Brand Awareness Ideas

3- خلق هوية بصرية وتركيزها في ذهن العميل من خلال صور باللون العنابي على السوشيل ميديا ولقطات بالفيديوهات مثلا فويس اوفر:

كلنا نعرف انه في لون العنابي, في فاكهة العنب, وفي كثير اشياء غير.. بس شي مرة شفت معكرونة... اسمها عنابي؟

عنابي... لونها يجذبك، اسمها يذكرك بالأصل والجودة... كل كيس منها يحسسك إنك تختار الصح، إن الطبخة مزبوبة، وإن الطعم ما يتغير.

اللون... الاسم... الهوية... كلها صارت جزء من مطبخك، جزء من كل وجبة تحب تحضيرها.
العنابي... مش بس معكرونة... هي تجربة، هي ذوق، هي قصة تحكيها كل مرة تطبخ فيها.



Other Reels Ideas

1. "Sauce Pairing Tips" – أي صوص يناسب كل نوع باستا
2. "From Onion to Yummy" – لقطات سريعة من تحضير المكونات حتى الطبق
3. وصفة بـ ٣ مكونات
– "أسرع باستا بـ 3 مكونات فقط"
4. قبل / بعد الطبخ
– عرض الباستا نيّة → ثم مطبوخة بطريقة شهية
5. باستا ASMR
– أصوات السلق، الخلط، الطقطقة، التقديم
6. خدعة مطبخية سريعة
– "مثل: "كيف تمنعي الباستا تلتزق؟"
– "طريقة مثالية لقياس كمية الباستا للفرد"

Other Reels Ideas

7. سلسلة "باستا الأسبوع"

– كل أسبوع وصفة جديدة باستخدام منتج مختلف

8. تصوير بالجمعيات: فويس اوفر عن يوميات شخص راح يشتري باستا من الجمعية

9. مين أسرع؟ تحدي الطبخ بـ 10 دقائق

– فريقين يحضروا وصفة بالباستا خلال وقت معيّن

10. شكل الباستا VS نوع الصوص

– نعلّم الناس كيف يختاروا نوع الباستا حسب الصوص

11. طبخة من TikTok مشهورة جربناها!

– وصفة تريند نحضرها بمنتج العنابي

Story Ideas

- Polls: "تحبوا نزل وصفة بحليب؟"
- Q&A: "اسألني عن أي نوع باستا"
- Countdown لوصفة جديدة
- خمن الوصفة واربح
- شنو نوع الباستا المفضلة عندك؟



العروض والمسابقات ليست مجرد خصومات، بل أدوات تسويقية فعّالة.
عند تنفيذها بطريقة مدروسة، تزيد التفاعل، توسّع دائرة الوصول، وتجذب عملاء حقيقيين، مع
تعزيز ثقة الجمهور بالعلامة التجارية وتحفيز قرار الشراء.

أفكار عروضات (Offers)

1. اشترِ 2 واحصل على 1 مجاناً
2. حسم 20% على الطلبات فوق 5 باكيت
- 3- حسم للطهارة
4. عرض الكميات (عائلات/مطاعم)
5. خصم خاص لأول 50 زبون بالسوشيل ميديا
6. عروضات في الاعياد والمناسبات



مسابقات:

1- "طبقك مع العنابي!"
شارك بصورتك لأكلة معمولة من مكرونة العنابي، وأفضل صورة تربح بوكس منتجات أو قسيمة.

2. "أجمل ستايل تقديم"
ركز على الفود ستايلنغ: مين بيقدم طبقه بأجمل شكل باستخدام منتجات العنابي؟

3. "خمن نوع المعكرونة بالصورة!"
نقرّب صورة معكرونة، ونخليهم يخمنوا. الفائز يحصل على هدية بسيطة أو خصم.



اعلانات مدفوعة sponsor ads

الـسبونسر هو وسيلة تسويقية تضمن وصول المحتوى إلى الجمهور المناسب في الوقت المناسب
تبدأ الإعلانات الممولة بتحديد الهدف المطلوب، مثل زيادة المتابعين، التفاعل، أو المبيعات.
بعدها يتم اختيار الفئة المناسبة بدقة (العمر، الموقع، الاهتمامات)، ليظهر الإعلان للأشخاص الأكثر احتمالاً للاهتمام بالخدمة أو المنتج.
ثم يُطلق الإعلان بميزانية ومدة محددتين، مع متابعة الأداء بشكل مستمر.
ومن خلال تحليل النتائج، يتم تحسين الإعلان لتحقيق أفضل عائد ممكن، سواء من حيث الوصول، التفاعل، أو التحويل إلى عملاء.





Thank You!