

Belluna

[HTTPS://BELLUNA.COM](https://belluna.com)

ABOUT BELLUNA

هو متجر سعودي إلكتروني متخصص في منتجات العناية belluna الشخصية، نوفر لك تشكيلة مختارة بعناية من أفضل المنتجات العالمية والمحلية للعناية بالجسم، البشرة، والشعر. نؤمن إن كل شخص يستحق لحظة تدليل يومية، ولهذا نهتم بأدق التفاصيل من جودة المنتج حتى التغليف الراقى.



في BELLUNA، مهمتنا في المرحلة القادمة هي:
"تعزيز تجربة العناية الذاتية من خلال توفير منتجات مختارة بعناية، وتقديم
محتوى توعوي وتجريبي يساعد العميل على اختيار المنتج المناسب له، مع
التوسع في التوصيل والتغليف ليصبح BELLUNA الخيار الأول للعناية
اليومية في كل بيت سعودي."

OUR MISSION

MARKETING GOALS



- **زيادة الوعي بالعلامة التجارية (Brand Awareness):**
تعزيز تواجد belluna على منصات التواصل الاجتماعي من خلال هوية بصرية مميزة، محتوى جذاب، وتعاون مع مؤثرين يعكسون قيم العلامة.
- **تحفيز المبيعات (Sales Growth):**
تنشيط المبيعات عبر العروض الشهرية، والترويج للباقات والبوكسات، وتحسين تجربة الشراء الإلكتروني وخدمة العملاء.
- **بناء ولاء العملاء (Customer Loyalty):**
كسب ثقة العميل من خلال برامج ولاء، ومتابعة ما بعد البيع، وتقديم محتوى يضيف له قيمة في روتينه اليومي للعناية.
- **زيادة التفاعل الرقمي (Digital Engagement):**
خلق محتوى تفاعلي مثل الريلز، القصص، المسابقات، وتجارب المنتجات بهدف إبقاء الجمهور متفاعل ومهتم.
- **استهداف شرائح جديدة:**
التوسع في استهداف فئات جديدة مثل الأمهات أو الرجال من خلال منتجات مخصصة ورسائل تسويقية تناسبهم.
- **رفع متوسط سلة المشتريات (AOV):**
تحفيز العميل لشراء أكثر عبر عروض التوفير، الهدايا المجانية للطلبات الأعلى، وربط المنتجات ضمن باقات مغرية.

TARGET AUDIENCE

- النساء من عمر 18 إلى 45 سنة
- يهتمون بالعناية اليومية ويرغبون في منتجات تعكس الرفاهية والجمال.
- الأمهات وربات البيوت
- يبحثن عن حلول عملية وآمنة لأنفسهن ولعائلاتهن ضمن روتين يومي بسيط.
- الطالبات والمراهقات
- ينجذبن للتصاميم الجذابة والبوكسات اللطيفة بأسعار مناسبة.
- الرجال المهتمين بالعناية الشخصية
- فئة في تزايد تهتم بالنظافة والمظهر وتبحث عن منتجات سهلة الاستخدام.
- الباحثين عن هدايا جاهزة ومميزة
- يهتمون بالتغليف الفاخر وسهولة الطلب والتوصيل لتقديم هدية فريدة.





Strengths

● نقاط القوة

- متجر إلكتروني منظم وسهل التصفح.
- تغليف جذاب ومنتجات ذات طابع فاخر.
- تنوع في البوكسات والمنتجات، مناسبة للهدايا والعناية الشخصية.
- استهداف واضح لشريحة كبيرة من النساء ومحبي العناية



Weakness

● نقاط الضعف

- عدم وجود حسابات نشطة على السوشيال ميديا.
- غياب الفيديوهات التوضيحية أو التجريبية للمنتجات.
- لا يوجد محتوى يعرض الاستخدام الفعلي أو تجربة العملاء.
- ضعف التفاعل المباشر مع العملاء أو جمهور مستهدف.



Opportunities

- إنشاء محتوى بالفيديو لأشخاص يفتحون المنتجات ويستخدمونها (Unboxing & Experience).
- التعاون مع مؤثرين لشرح فوائد المنتجات بطريقة واقعية.
- تقديم خصم للطلب الأول + شحن مجاني لتحفيز الشراء.
- التركيز على المشكلة التي يحلها كل منتج لتقوية الرسالة التسويقية.
- بناء هوية قوية على إنستغرام وتيك توك لجذب جمهور جديد.



Threats

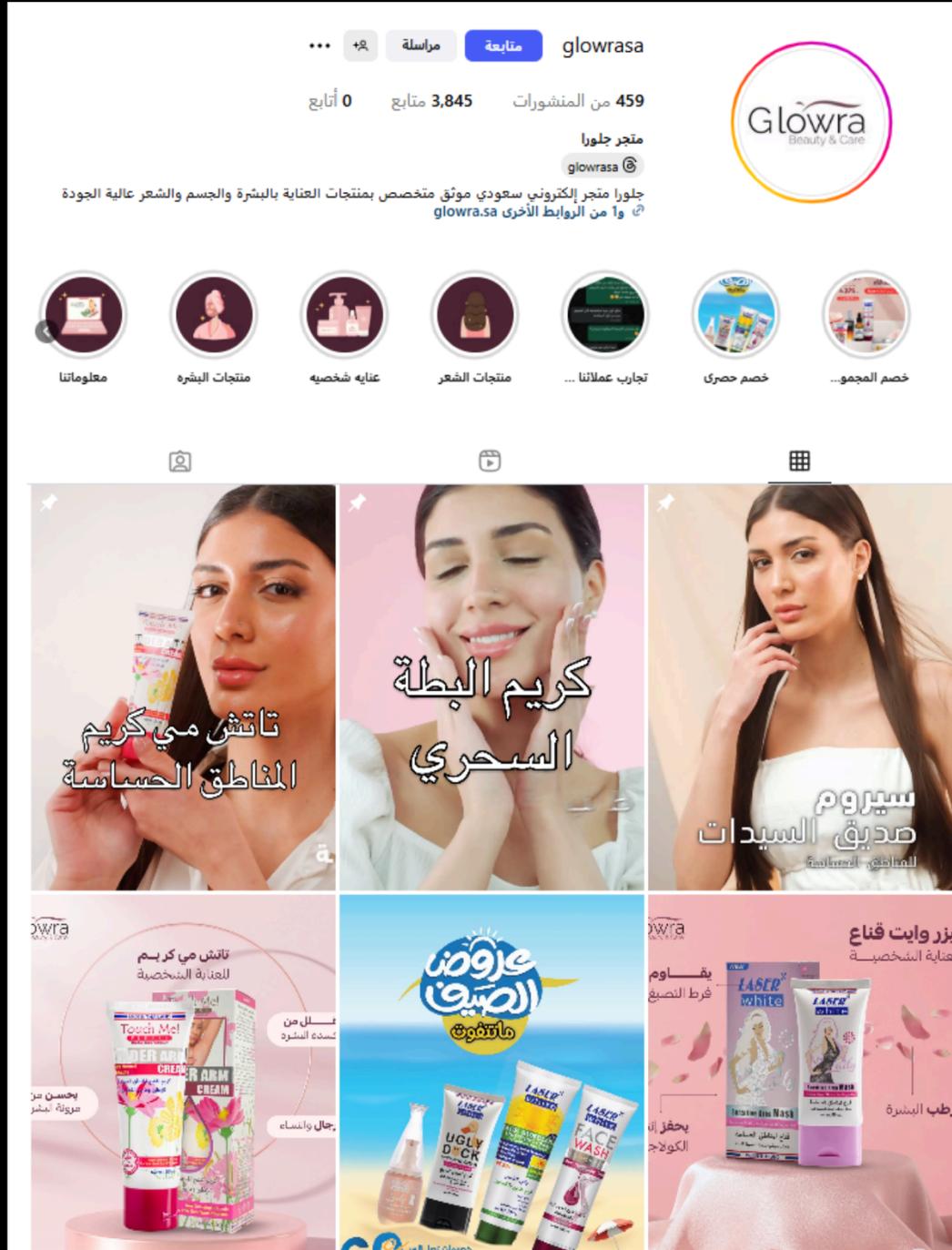
- منافسة قوية من متاجر العناية المشهورة محليًا وخليجيًا.
- تفضيل البعض للشراء من المتاجر المعروفة أو العالمية.
- تغيير الترنندات السريع في مجال التجميل والعناية.
- تأثر قرارات الشراء بتجارب الآخرين والمراجعات السلبية في حال غياب المحتوى التفاعلي.

COMPETITORS

هنعمل جزء Competitors كده مرتب يشمل:
ذكر أهم 2-3 منافسين.
تحليل بسيط (خدماتهم، ستايلهم، الأسعار مقارنة بينا).
تحليل SWOT خفيف لكل واحد.
مع لينكات حساباتهم على إنستجرام.



- متجر كنوز للعناية – Knooz Care
- حساب إنستغرام
- الخدمات:
- متجر سعودي متخصص في منتجات العناية الطبيعية مثل الزيوت، الصوابين، المقشرات، المعطرات، والبوكسات.
- يقدم منتجات خاصة بهم وبعضها صناعة يدوية.
- ستايلهم:
- هوية طبيعية وهادئة.
- استخدام الألوان الترابية، وتصوير يركّز على ملمس وجودة المنتجات.
- محتوى هادئ ومريح بصريًا، يركّز على الفوائد وليس الاستعراض.
- الأسعار مقارنة بـ belluna:
- أسعارهم متوسطة إلى منخفضة، خصوصًا للمنتجات الفردية.
- belluna قد يتفوق في التغليف الفاخر وتجربة الإهداء.



- متجر Glow Rasa – جلو راسا
- حساب إنستغرام
- الخدمات:
- متجر سعودي متخصص في منتجات العناية بالجسم والبشرة، بتركيز كبير على الروائح، الزيوت، المقشرات، البوكسات.
- تصميّات فاخرة وتغليف أنثوي راقٍ.
- يوفر منتجات باسم البراند نفسه (علامة خاصة – Private Label).
- ستايلهم:
- أنثوي وفخم جدًا، ألوان ترابية وذهبية.
- تصوير احترافي وموحد، كل الصور مشبعة بالفخامة والنعومة.
- محتوى يركّز على مشاعر الراحة، الدلال، والعناية بالنفس.
- الأسعار مقارنة بـ belluna:
- أعلى قليلًا، خاصة في البوكسات والباكيجات الجاهزة.
- belluna أقرب للشراء اليومي والتجريبي، بينما Glow Rasa يركّز على التجربة الفاخرة.



متجر مخازن العناية – Makhazen Alenaya

حساب إنستغرام

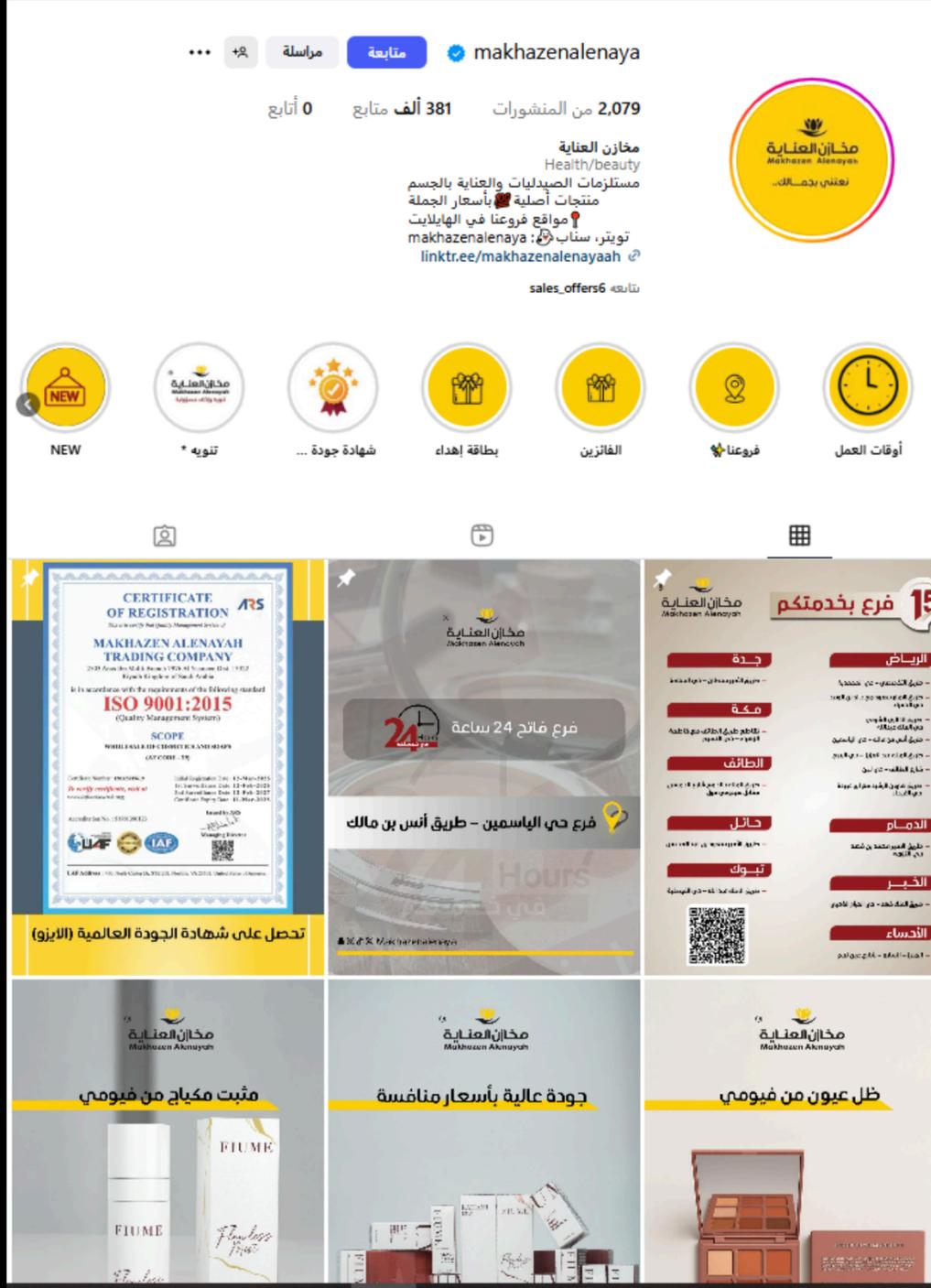
الخدمات:

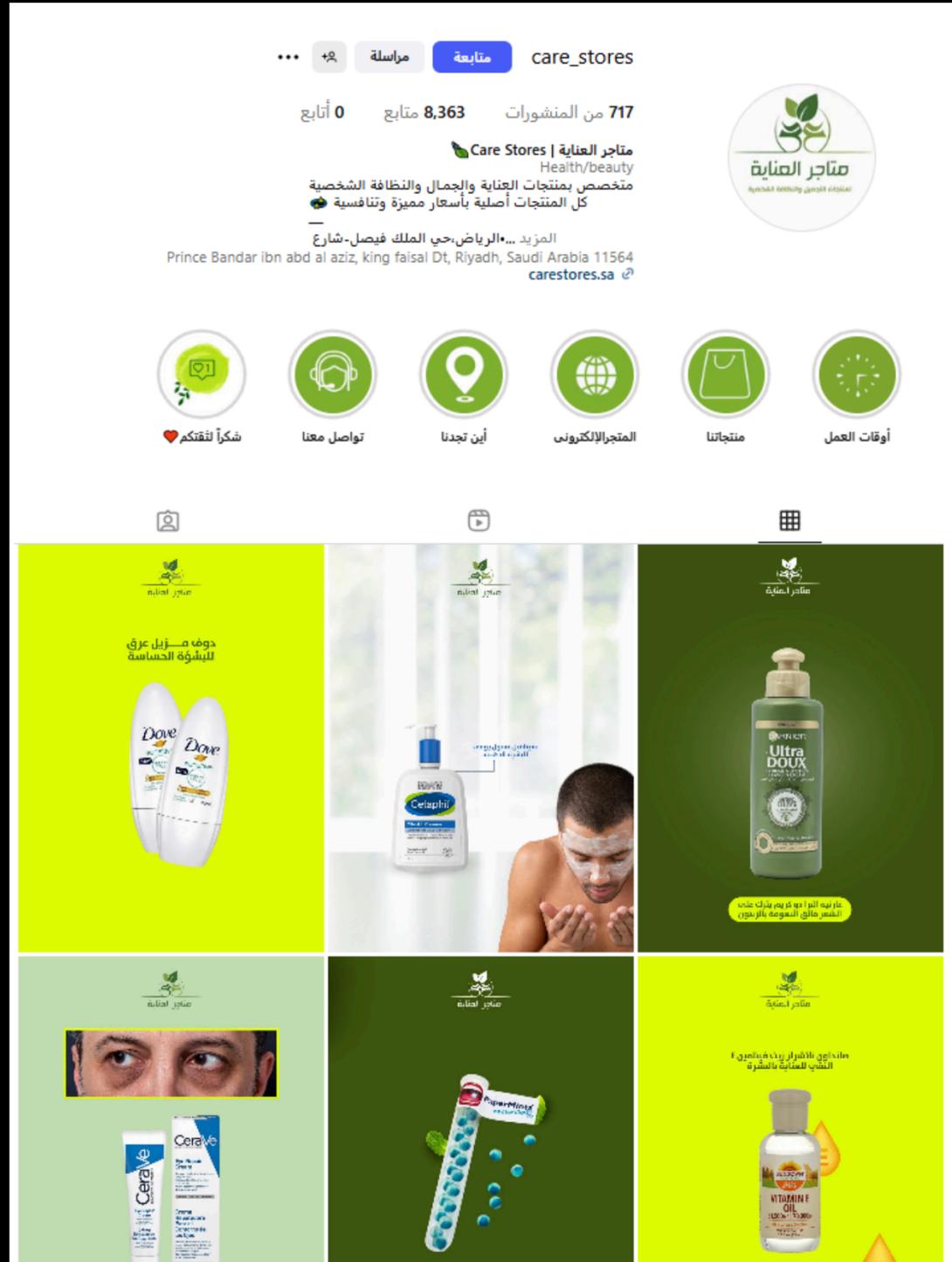
- متجر سعودي يوفر منتجات متنوعة للعناية بالبشرة، الجسم، الشعر، والصحة.
- يتعامل مع علامات تجارية معروفة + منتجات خاصة.
- يشتهر بالتخفيضات والعروض والتوصيل السريع.
- ستايلهم:

- تسويقي مباشر، يركّز على العروض والمنتجات بوضوح.
- يستخدم ألوان جريئة (أسود، ذهبي، بنفسي) لهوية واضحة.
- محتوى عملي – أقل فنية وأكثر مبيعات.

الأسعار مقارنة بـ belluna:

- أرخص بشكل عام، خصوصًا مع كثرة العروض.
- belluna يتميز بالتغليف والبوكسات والتجربة الهادئة.





- Care Stores | كير ستورز
- Instagram: @care_stores
- الخدمات والمنتجات:
- متجر شامل للعناية الشخصية والعطور والتجميل.
- يقدم هدايا وعلب جاهزة.
- متواجدين أونلاين وفي بعض النقاط البيع.
- ستايل المحتوى:
- ناعم، بسيط، بصور أنيقة للمنتجات.
- يستخدمون فيديوهات قصيرة لعرض الروتين أو "العناية الذاتية".
- الأسعار مقارنةً بنا:
- منافس جدًا في بعض المنتجات، خاصة العطور والزيوت.
- يقدم خصومات موسمية قوية.

استخدام المنتج على أرض
الواقع
التفسير:

شخص يطبق المنتج على
نفسه مباشرة قدام الكاميرا
(زي كريم، بخاخ، جهاز...)، أو
يصور قبل وبعد الاستخدام.

الهدف:

يبين طريقة الاستخدام
وسهولتها ويبرز الفرق
الحقيقي بعد الاستخدام.

تجربة عميل (Customer
Experience)

التفسير:

فيديو قصير لعميل يتكلم عن تجربته
مع المنتج أو المتجر بشكل عام (خدمة
العملاء، سرعة التوصيل، جودة
المنتج...).

الهدف:

يبني مصداقية اجتماعية (Social
Proof) ويشجع غيره يجرب بناءً على
تجارب حقيقية.

فيديوهات "فتح صندوق"
(UNBOXING)

التفسير:

فيديوهات يُظهر فيها شخص
حقيقي أو مؤثر وهو يفتح طرد
المنتج قدام الكاميرا،
ويستعرض شكل التغليف،
جودة التعبئة، والمكونات
داخل العبوة.

الهدف:

يعطي إحساس بالشفافية
والثقة، ويحمس المتابعين
للطلب لأنهم يشوفوا بالضبط
إيش يوصلهم.

مراحل التسويق :

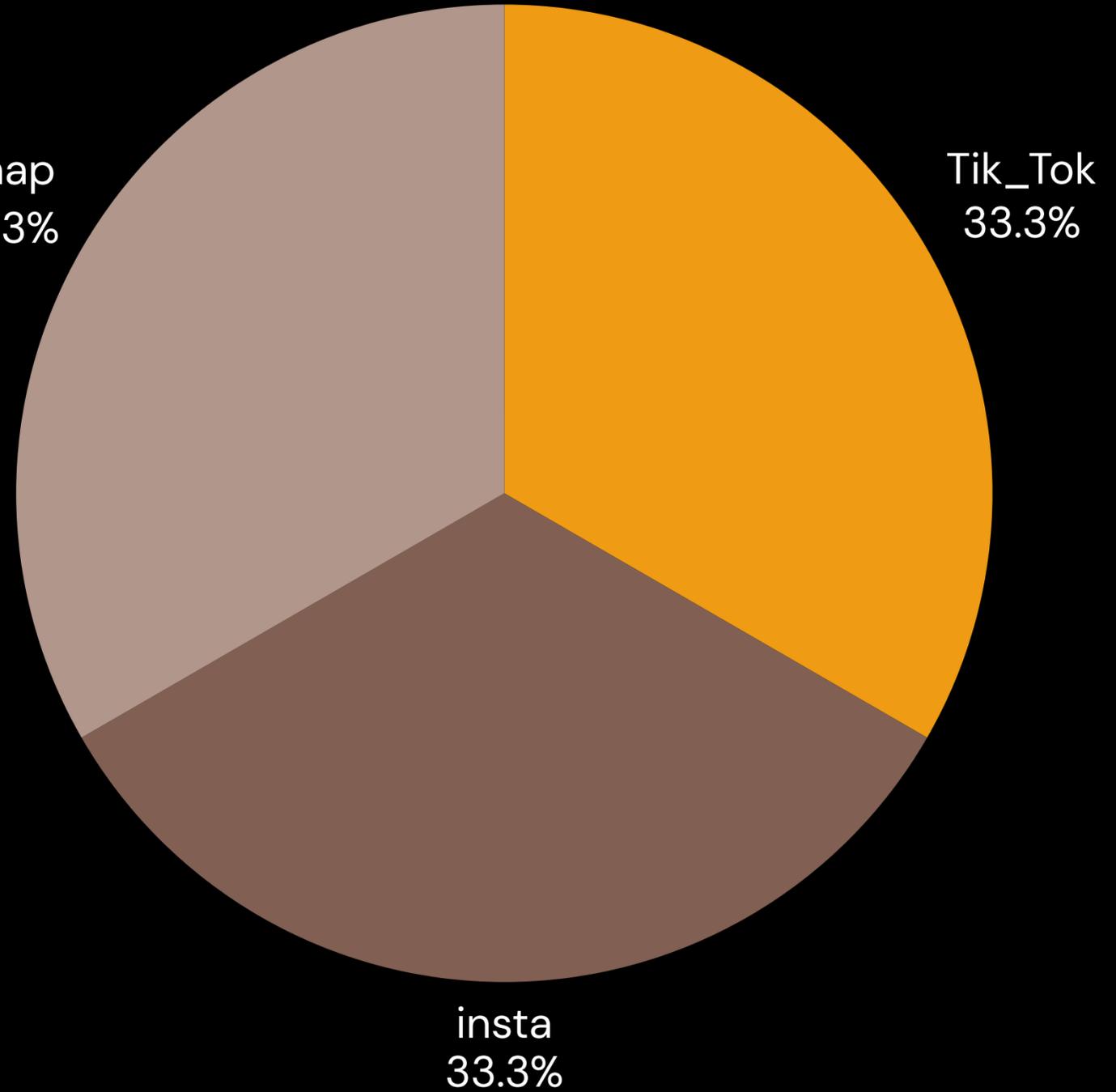
1. المرحلة التسويقية

2. مرحلة الوعي

3. مرحلة الاهتمام

4. مرحلة التحويل والاحتفاظ

Budget



Budget
100%

Marketing strategy

نرکز على المشكلة اللي يحلها
المنتج
التفسير:
بدل ما نقول "كريم ترطيب"،
نقول "الحل النهائي للجفاف
والتشققات في الشتاء" - يعني
نبدأ بعرض المشكلة ثم نقدم
المنتج كحل.
الهدف:
يربط العميل احتياجه بالمنتج
مباشرة، ويزيد احتمالية اتخاذ
قرار الشراء.

شرح المنتج وفوائده
(EDUCATIONAL VIDEO)
التفسير:
فيديو بسيط يشرح فيه شخص
مميزات المنتج، وفوائده، ولمن
مناسب، وكيف يقدر يحل مشكلة
معينة.
الهدف:
تثقيف العميل عن المنتج بشكل
واضح وسلس، وتحفيزه للشراء
لأنه فاهم قيمة المنتج.

Marketing strategy

شحن مجاني لأول طلب
التفسير:

تنويه دائم في الفيديوها (أو آخرها) إن
الشحن مجاني لأول طلب، مع كود خاص أو
CTA مثل "اطلب الحين وجرب بنفسك".

الهدف:

تشجيع الزوار الجدد يجربوا أول مرة بدون ما
يترددوا بسبب تكلفة الشحن.



Timeline & Milestone





المهام:

- إعداد الهوية البصرية (الألوان، الخطوط، النغمة، التصميمات).
- كتابة نبذة تعريفية قوية للبيو + روابط الطلب (إن وجدت).
- تصوير منتجات احترافي (أو ستايل لايف جذاب).
- نشر 12 بوست (تعريفي، مزايا، مشاعر، أسلوب حياة).
- نشر 10-15 ستوري (تفاعلي، خلف الكواليس، آراء عملاء، منتجات).
- تصميم قالب موحد للبوستات والريلز.
- إطلاق حملة تعريفية باسم "اكتشف Belluna".
- بدء تهيئة الحساب للإعلانات الممولة.



الشهر الثاني (شهر 2):

المهام:

- 12 بوست: (قبل وبعد - فوائد - مشاعر - رأي العملاء - خطوات الاستخدام).
 - +15 ستوري أسبوعيًا (تحديات - أسئلة - استفتاءات - ريفيوهاات).
 - بدء التعاون مع مايكروإنفلونسرز أو عملاء حاليين.
 - فيديوهاات ريلز تعليمية أو ترفيحية حول المنتج.
 - إطلاق تحدي أو حملة "جرب وشارك تجربتك".
 - تخصيص هاشتااق رسمي للحساب
- #Belluna_تجربتي



الشهر الثالث (شهر 3):

المهام:

- إطلاق عرض خاص أو خصم "حصري لفترة محدودة".
- 12 بوست بيعي/تحفيزي (عروض - فائدة - نقص الكمية - آراء عملاء).
- ستوري يومي للعروض + إعادة نشر تجارب العملاء.
- حملة إعلانية ممولة (أقسام: جذب جمهور جديد + إعادة استهداف).
- فتح باب البيع عبر الموقع/الواتساب/انستجرام شوب.
- التحضير لإطلاق منتج جديد أو مفاجأة الشهر الرابع.

KPIs strategy

إعداد حسابات التواصل الاجتماعي

إنشاء حسابات فعالة على (إنستغرام - تيك توك - فيسبوك - سناب شات) بهوية بصرية موحدة واحترافية.

إطلاق خطة النشر على الحسابات

نشر 12 بوست شهريًا + 10 ستوريز + 4 فيديوهات مونتاج، تركز على تجربة المنتجات وفوائدها ومشاكلها.

تنفيذ حملات إعلانية للمتجر

إطلاق حملات إعلانية موجهة على فيسبوك وإنستغرام وسناب شات، تستهدف شرائح العملاء المهتمين، مع تسويق

عروض "خصم لأول طلب + شحن مجاني".

تحقيق انتشار للمتجر في جميع مناطق السعودية

الوصول إلى جميع المدن الرئيسية والفرعية في المملكة من خلال الاستهداف الجغرافي الدقيق للإعلانات.

رفع معدل الإغلاق (Conversion Rate)

تحفيز العملاء على إتمام الطلب من خلال فيديوهات التجربة والمراجعات، وعروض مخصصة لأول طلب.

Suggestions for development



أولاً: تطوير المحتوى والهوية

بناء الهوية البصرية

توحيد الألوان والخطوط ونمط التصوير.

تأسيس حسابات التواصل الاجتماعي باحتراف

TikTok – Instagram – Snapchat – Facebook

بيو موحد، هايلايت، روابط، أزرار CTA.

ثانياً: تطوير المحتوى الإبداعي

تركيز على الفيديوهات التفاعلية

Unboxing + تجربة مباشرة للمنتج.

Reels سريعة: "المنتج دا حللي مشكلة كذا".

مؤثرين + كرييتورز يجربوا المنتجات.

صناعة محتوى "يعالج مشكلة"

مثل: "تعانين من جفاف البشرة؟ جربي زيت الأرغان من Knooz Care"

قصص نجاح قصيرة – قبل وبعد

فيديوهات لأشخاص استخدموا المنتج لمدة أسبوعين – النتيجة.

VNB DƯỠNG DA TRƠN DÓI - HIỆU QUẢ VƯỢT BẬC
Marine Collagen Sleeping Mask
Chỉ cần 30 phút để có làn da mịn màng và trắng sáng.
1 tuần dưỡng da 1 lần để có làn da mịn màng và trắng sáng.

VNB CÁCH GIÚP BẠN SỐNG LẠC QUAN HƠN MỖI NGÀY

VNB 27 LỜI KHUYÊN CHO CUỘC SỐNG TỐT LÀNH!

VNB Trả lại cho bạn LÀN DA KHỎE ĐẸP TỪ MỌI GÓC NHÌN
Với kem dưỡng Multifunction Face Whitening Night Cream

VNB Serum, Ampoule & Essence Có gì khác nhau?
Đâu là sự lựa chọn tốt nhất dành cho làn da của bạn?

VNB BIỂU HIỆN CỦA 1 CÔ GÁI CHƯA TỪNG YÊU ĐƯƠNG

VNB CẦN BAO LÂU ĐỂ CÁC SẢN PHẨM CHĂM SÓC DA PHÁT HUY TÁC DỤNG

VNB Da dầu mụn Có thể vì dấu hiệu này hay không?

VNB Tinh chất trẻ hóa Advanced Time Treasure Ampoule

VNB BỘ ĐÔI CÙNG TIẾN HỖ TRỢ CẢI THIỆN NÉN DA MỀM MƯỢT

VNB LÀN DA HOÀN HẢO
MULTIFUNCTION FACE WHITENING NIGHT CREAM

VNB CHUẨN BỊ GI TRƯỚC KHI PEEL DA TẠI NHÀ

VNB Nuông chiều Đôi môi đồng hành Cùng Mặt nạ ngủ mỗi tinh chất Bơ hạt mỡ SHEA BUTTER LIP SLEEPING MASK

VNB 3 LỢI ÍCH CHÍNH ĐẾN TỪ HYALURONIC ACID (HA)

VNB PHỤ NỮ SAU SINH BỊ NÁM CHẴN SÂU Có trị được không?

SOCIAL MEDIA TEMPLATE

100% Editable on Canva

GLOWING SERUM

WE'RE CLOSED

TOP 5 BEST SELLER

NEW TONER LINE

BEST PRODUCT

SALE OFF

TOP PRODUCT

TOP 5 FAVORITE TONER

THANK YOU 1M FOLLOWERS

DISCOUNT

MINI GAME

MUST HAVE ITEM

Cosmetic Shop Instagram Post Templates

Penty Foundation

Unlited Collection

Contact us

New Product of the month

Mini Game

Best Choice

Top 3 best seller of the month

Happy Teacher's day

Back to stock

Happy Birthday

Grand Opening

New Arrival

Veny Vanilla Template

venyvanilla.templateee



THANK YOU
FOR YOUR
ATTENTION