



روح بيروت

استراتيجية تسويقية

vision marketing agency

عن روح بيروت

- مطعم لبناني يقدم وجبات على الطريقة اللبنانية.
- يقع في منطقة استثنائية مميزة في القاهرة.
- قصور واضح في اتباع خطة مدروسة للتسويق الرقمي.



التصوير

مستوى التصوير ضعيف للغاية
الاضاءة ضعيفة و غير مناسبة
للتصوير بطريقة تظهر الاطباق
بشكل مشهي .

يجيب تخصيص معدات تصوير و
اضاءة مخصصة اثناء التصوير شهرياً
مع اتباع اسكريبتات و مراجع سيتم
ارفاقها من قبلنا اثناء اعداد المحتوى



ابرز المنافسين



القزاز

تصوير ساندوتشات حقيقي و واقعي
تصوير من داخل الفرع مع الاستاف والعملاء
تصاميم متوسطة الجودة
اللهجة المستخدمة هي اللهجة العامية المصرية



شارع الحمرا

مطعم شاورما لبناني تميز بتقديم منتج شاورما السجق
مما اشتهر به
بجانب المعجنات المميزة
ريفيوهات الفيسبوك بعضها سلبي
اما مستوى التصوير فهو متشابه مع كرم الشام
معتمد بشكل اساسي على ال UGC



جيت بوئتك

مطعم سوري يقدم وجبات سورية متنوعة هو الاقدم بالمنطقة وله إجمالاً ٣ فروع استراتيجية التسويق المتبعة ضعيفة تصوير غير حماسي ولا يحفز على اتخاذ قرار الطلب مباشرة معتمد على تصوير الاطباق و رفعها على مواقع التواصل الاجتماعي اما مستوى التصاميم فهو الاقل بين المنافسين



كرم الشام

مطعم له عدد ضخم من الفروع ينتشر بسرعة قياسية على
طريقة بلبن معتمد كليًا على التسويق عبر ال ugc
الخيار الاسهل و الاكثر للباحثين عن وجبات سورية سريعة
باسعار متوسطة وليس الباحثين عن الجودة

SWOT ANALYSIS

الفرص

التوسع في مناطق مختلفة في القاهرة.
التميز بأحد الاطباق بعد ابتكار اختراع جديد تحت مسمى شبابي ملفت.

نقاط القوة

وجود قاعدة عملاء تفضل روح بيروت وسط جيمع المنافسين.
اتباع استراتيجية تسويقية مدروسة.
وجود قائمة بأطباق لبنانية مميزة.

التحديات

المنافسة شرسة في وسط البلد مع وجود منافسين لهم عدد كبير من الفروع مما يجعله اكثر ثقة لدى عدد كبير من الجمهور.

نقاط الضعف

العشوائية في التسويق سابقًا.
التصوير ضعيف للغاية.
الديكور امام المطعم لا يحفز على الدخول و خوض التجربة.

CONTENT STRATEGY

CHANNELS SELECTION & PUBLISHING FREQUENCY



اجمالي 23 بوست
منهم 15 بوست
و 8 فيديوهات
لكل من منصة الفيسبوك و
الانستجرام



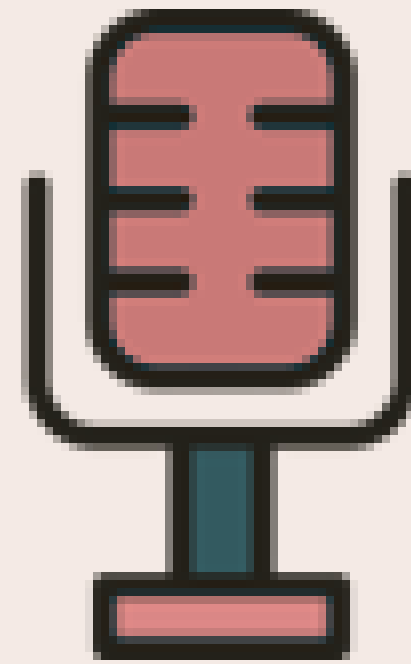
8 فيديوهات

TONALITY & COMMUNITY



BRAND CHARACTER

طاھي لبناني
شغوف
يقدر مقادير المكونات على الطريقة
الأصلية



TONALITY

شبابي
حماسي
مشجع



LANGUAGE

اللغة العربية
لهجة لبنانية عامية

CONTENT CAMPAIGNS

POSITIONING CAMPAIGN

- التركيز على الفرق بين الشاورما اللبناني و السوري.
- تسليط الضوء على المشويات اللبنانية.
- مع دعوة بتجربة روح بيروت المماثل للمطاعم ببيروت بنفس الطعم و التوابل.
- و الهدف من هذه الحملة اعادة بروزة المطبخ اللبناني وسط المنافسة الشرسة بمنطقة وسط البلد مع تقديم خدمة استثنائية تعطي انطباع عن ان روح بيروت هو مطبخك الثاني.

POSITIONING CAMPAIGN



- انشاء محتوى بالاستعانة بأحد البلوجر عن الفرق بين المطبخ السوري و اللبناني.
- يرشح البلوجر محمد حازم لما له من ثقة و شغف كبير و مصداقية لدى عدد ضخم من الجمهور.
- من ضمن حلقاته الفارقة مع مطعم الآغا و كان لها انتشار واسع

referance

ENGAGEMENT CAMPAIGN

- تصوير مقاطع تيك توك مع فريق العمل داخل المطبخ.
- تصوير عملية تحضير الاطباق
- كمثال: صنف المشاوي يتم تصوير بداية من تصبيغ اللحوم على السيخ ثم وضعها على الشواية وصولاً لتقديمها في الاطباق.

reference

SALES CAMPAIGN

- عروض قوية مع تفعيل اعلانات ممولة.
- وعروض مختلفة اكثر اغراءا عبر خدمة التوصيل فقط.
- استخدام صور جلسة التصوير للعروض مع اسعار مغرية يتم اضافتها في التصاميم.

SALES CAMPAIGN

لكن من المهم في هذه الفترة
تقديم جودة مستقرة و كميات متساوية كافية
الاهتمام بالاوردر بدرجة عالية كما لو ان الاوردر مطلوب للتصوير
حيث انها مرحلة حساسة تبني خلالها الصورة الذهنية عن روح بيروت
و اما ان تعجب عدد اكبر من العملاء او تلقى النقد من عدد آخر
مع اضافة المزيد من الملحقات مع الطلب (مثل منقوشة
ميني "توضع كدعايا او تجربة عينة و يمكن اختيار صنف آخر" او تومية
سبايسي او مخلل و كاتشب مع الاهتمام بالتغليف)

المزيد من الاقتراحات

تصميم كارت قسيمة بخصم 15% مع جميع اوردرات التوصيل
يتم تحصيل الحساب بعد الخصم عند رؤية التقسيمة

او عن طريق تسجيل بيانات العملاء
حيث تكون في المرة القادمة خصم استثنائي يحولهم لعملاء دائمين
كما انه يبني الولاء لديهم.

اضافة لبان كلوتس بعد الاكل مع كل الطلبات سواء في الصالة او
دليفري (خصوصا انها لفترة لطيفة للعملاء بعد اكل اطعمة لها روائح
قوية مثل التومية).

ACTION PLAN

انشاء حساب على منصة التيك
توك

الخطوة الاولى

التركيز على ضبط الجودة باستمرار
بالتزامن مع نشر المحتوى على منصات التواصل

الخطوة الثالثة

الخطوة الثانية
انشاء جلسة تصوير
التنسيق مع البلوجر
محمد حازم

الخطوة الرابعة
تفعيل الاعلانات الممولة
مع القياس بشكل دوري
باستمرار للنتائج



THANK YOU