



MARKETING PLAN

SAJAN RESTAURANT

BY AYSHAH MOHAMMAD

نبذة عن صاجان

اصناف فطور متنوعة

صاجان مطعم محلي في مكة المكرمة حي الشوقية، يقدم أصناف متنوعة من أكلات تقليدية سعودية، يهتم صاجان بالجودة والنكهة الأصيلة

أظهرت إدارة صاجان الاهتمام الكبير بالتسويق للوصول لفئاتهم المستهدفة وذلك من خلال طرق عديدة منها: التسويق الرقمي.

الفطور هو أهم الوجبات المقدمة لديهم ومع ذلك فأصناف صاجان مناسبة لكل أوقات اليوم، لذلك صاجان يفتح أبوابه طوال اليوم من الساعة السادسة وحتى منتصف الليل وهذه أحد الميزات تنافسية لديهم.



اصناف صاجان

كل شيء يتحضر على الصاج

يقدم صاجان اكلات شعبية من المائدة السعودية كالمعصوب والعريكة بالإضافة
للفطائر المحضرة على الصاج والمحشوة بحشوات متنوعة ما بين المالح والحالي،
تقدم اصنافنا مع المشروبات الساخنة كالشاي والكرك والعصيرات الطازجة
المنعشة.



الهوية البصرية



الخط

مجموعة الخطوط
(EL MESSIRI)

الألوان



تحليل الموقف





نقاط الضعف

الحلول:

- أفكار تسويقية لأماكن متنوعة يأكل فيها الشخص من صاجان (مثلا: تقدر تطلبها وين ماكنت، وجبتك في أي مكان وزمان، اطلبنا عبر تطبيقات التوصيل)
- وضع استراتيجية جيدة للتسويق وتنويع وسائل التسويق مع توزيع مهمات التسويق
- عدم توفر خدمة الأكل داخل المطعم.
- عدم توفر التسويق الجيد.



نقاط القوة

- امتلاك حسابات في وسائل التواصل (انستقرام - سناب - تيك توك - X)
- جودة المنتجات وتنوع الأصناف
- خيارات الطلب من تطبيقات التوصيل
- خيار الطلب المسبق
- سرعة التجاوب مع الاتصالات والطلبات



التهديات

الحلول:

- المنافسة من مطاعم اخرى تقدم نفس الاصناف.
- التركيز على الميزات التنافسية والحرص على التطور المستمر.
- العروض الترويجية والخصومات.
- تقديم خدمات اجتماعية من شأنه تحسين الولاء لدى العملاء.

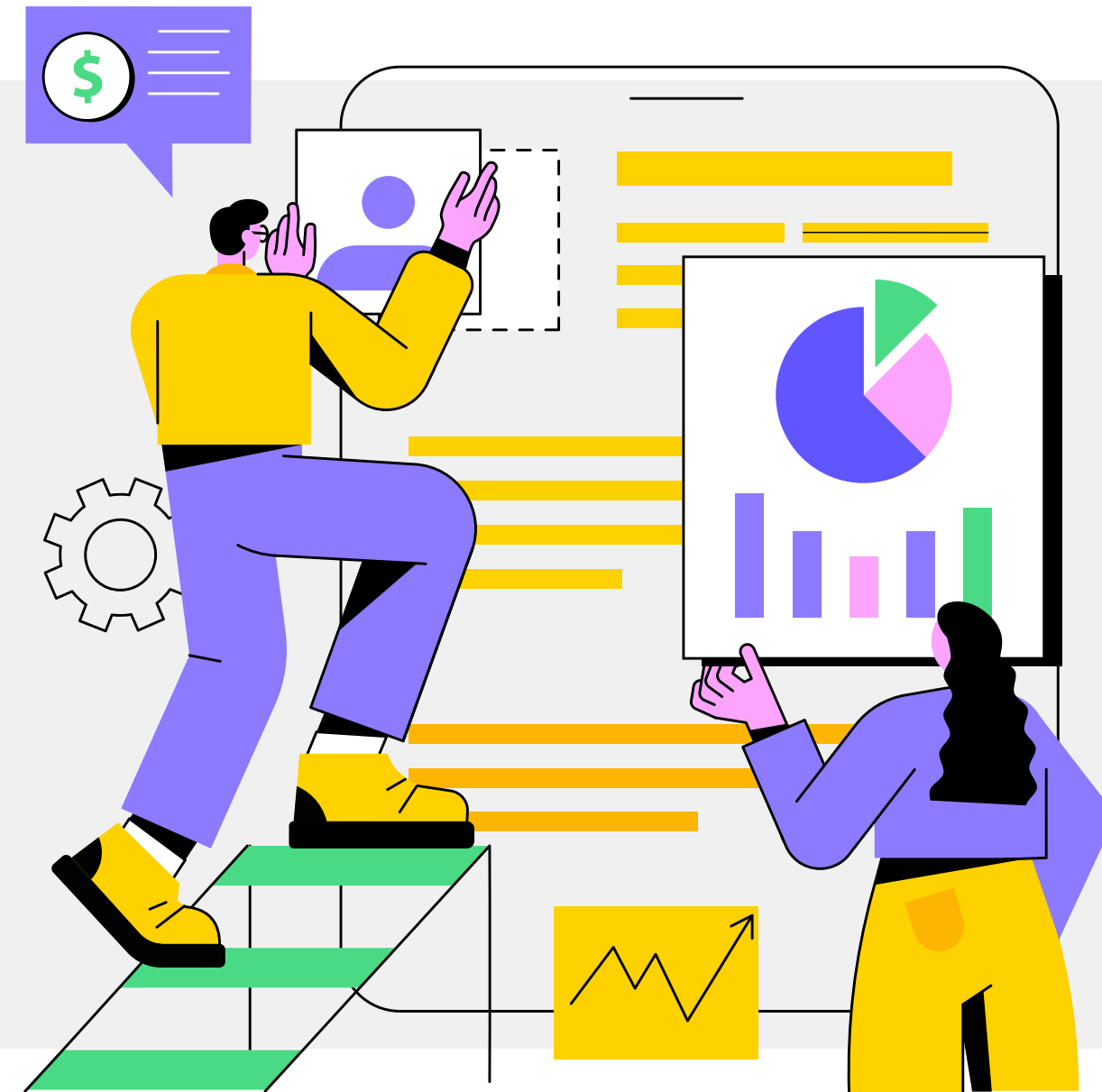


الفحص

- استغلال المواسم مثل موسم العودة للمدرسة و المناسبات الرسمية.
- الاستماع للإراء العملاء واقتراحاتهم.
- دراسة السوق والتطوير المستمر



تحليل المنافسين



نقاط الضعف

- بعض المنافسين لا يوجد لديه تواجد على وسائل التواصل الاجتماعي.
- التأخير في تسليم الطلبات.
- لا يوجد توصيل طلبات عبر التطبيقات عند بعض المنافسين.
- عدم وجود مدونات أو مدونات ضعيفة المحتوى.
- قوة الدومين ضعيفة لدى اغلب المنافسين المباشرين.

نقاط القوة

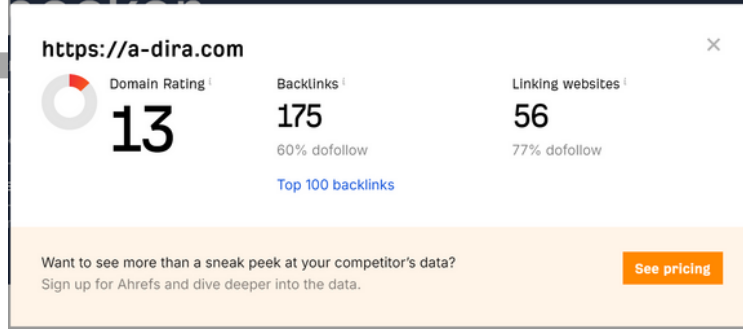
- امتلاك بعض المنافسين لموقع إلكتروني وتطبيق للطلب.
- تفعيل حسابات وسائل التواصل بأفكار متنوعة لزيادة تفاعل المتابعين.
- استخدام مواقع اكواد الخصم ومواقع للربط الخارجي.
- تفعيل دور المؤثرين والتغطيات الجذابة





اسم المنافس

عريكة الديرة (منافس مباشر)



التواجد الرقمي

- انستقرام 3485
- تويتر 3485
- تيك توك 9815
- موقع الإلكتروني



نقاط الضعف

- (السعر مرتفع (زائد ريالين عن صاجان في اغلب الاصناف)
- المدونة ضعيفة والمحتوى بسيط
- الروابط الخلفية مع مواقع ضعيفة



نقاط القوة والعروض والتفاعل

- موقع الالكتروني لعرض قائمة الطعام والعروض الترويجية ويشمل إمكانية الطلب والتوصيل
- مشاركة قصة نجاحهم على الموقع
- تفاعل في الإنستغرام و التيك توك مع الطلاب وقت الاختبارات
- تفاعل مع المناسبات الوطنية والدينية و الاجازات والأيام العالمية



study of competitors



اسم المنافس

ابو زيد (منافس مباشر)

التواجد الرقمي

- انستقرام 32 الف متابع
- تويتر 7100 متابع
- تيك توك لكل فرع حساب متابعين 102 ألف في احد الفروع
- موقع الإلكتروني جديد



نقاط الضعف

- الموقع لا يزال تحت الانشاء وغير موجود في الصفحة الأولى للبحث.
- لا يوجد مدونة ولا روابط خارجية



نقاط القوة والعروض والتفاعل

- أنواع مطبق متعددة.
- سعر مناسب لأغلب الزبائن.
- متواجد في وسائل التواصل (موقع- تويتر- انستقرام- تيك توك)
- تفاعل ممتاز في منصات التواصل الاجتماعي.
- افكار تسويقية متنوعة

study of competitors



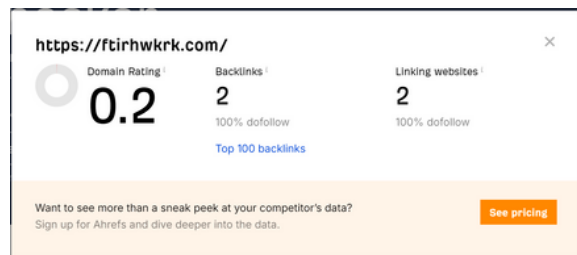
اسم المنافس

#فطيرة_وكرك

فطيرة وكرك (منافس مباشر)

التواجد الرقمي

- انستقرام 2592 متابع
- تيك توك 64
- تويتر 468 متابع
- فيسبوك 550 متابع
- موقع الإلكتروني جديد



نقاط الضعف

- لا يوجد مدونة.
- تفاعل قليل في منصات التواصل الاجتماعي وتصاميم ضعيفة.

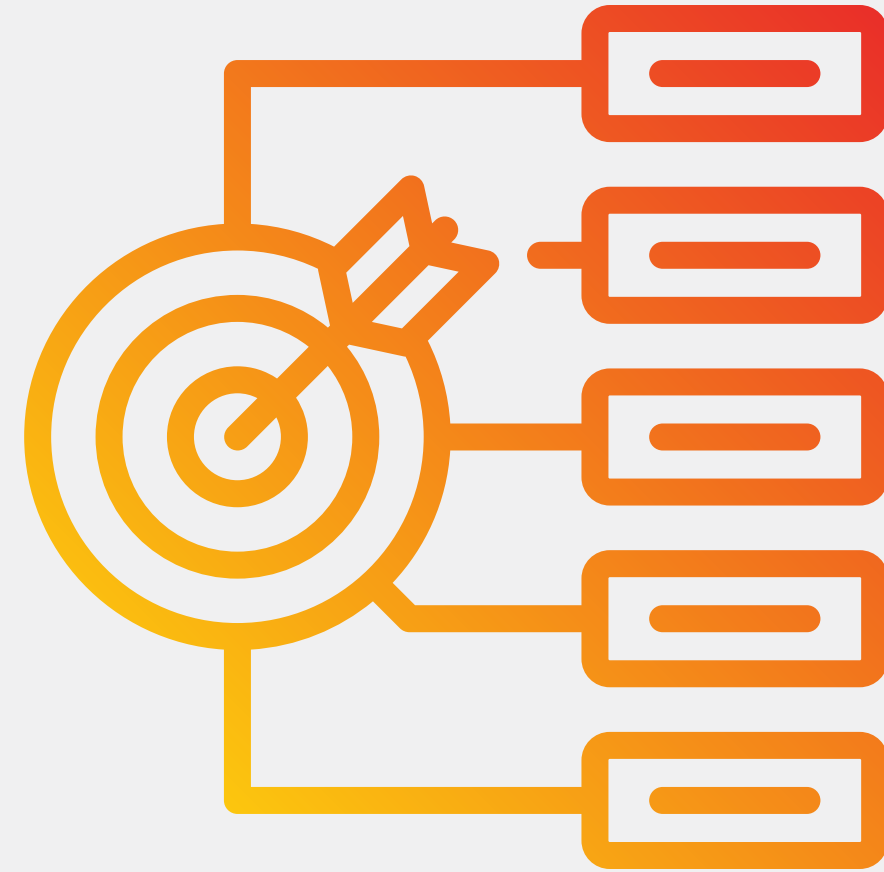
نقاط القوة والعروض والتفاعل

- حشوات متنوعة ومميزة للفتائر
- فروع كثيرة في مكة.
- متواجد في وسائل التواصل (موقع- تويتر- انستقرام- تيك توك)
- عروض دورية .
- تصوير المنتجات جيد.
- منيو الكتروني مرتب ومقسم بوضوح

study of competitors



الأهداف التسويقية



اهداف الحملة

وقياسها بمقياس SMART

الاهتمام برفع الوعي عن العلامة التجارية والمنتجات المقدمة للإفطار بنسبة
%15

زيادة المبيعات بنسبة %15

يكون ذلك من خلال:

حسابات التواصل الاجتماعي: انستقرام - تيك توك - سناب شات - تويتر-
لينكد ان.

إعلانات المؤثرين.

الموقع الإلكتروني وتحسين محركات البحث.

إعلانات قوغل.

البريد الإلكتروني.

مدة الحملة ستة أشهر والميزانية المحددة 18000 ريال موزعة على كامل
المنصات والمؤثرين، بحيث يكون لكل شهر ميزانية 3000 ريال.

النطاق الجغرافي المُستهدف هو حي الشوقية وما يجاوره من أحياء.



✓ Measurable

سيتم قياس مدى تحقيق الأهداف من خلال احصائيات الحملات ونسبة زيادة المبيعات

✓ Specific

تم تحديد وسائل التسويق وتوزيع الأهداف عليها وتحديد فئات الجمهور المستهدف ومنطقة تواجد كل فئة

✓ Realistic

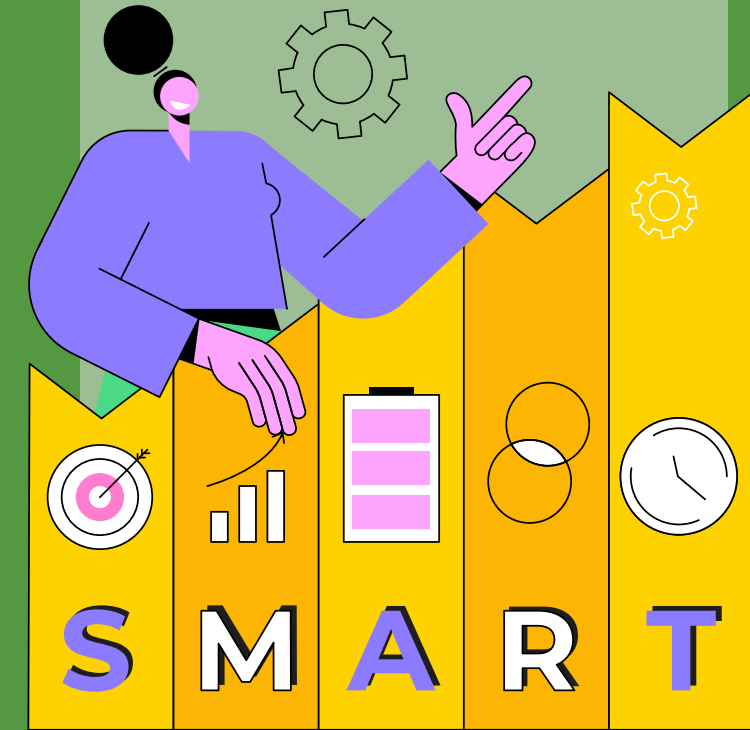
النسبة الموضوعة كهدف معقولة وواقعية بناءً على دراسات مبيعات المطعم والاعلانات السابقة ومدة الحملة واقعية

✓ Time bound

مدة الحملة مناسبة للأهداف

✓ Achievable

الهدف قابل للتنفيذ من خلال الوسائل التسويقية المحددة والميزانية مناسبة للأهداف



الجمهور المُستهدف





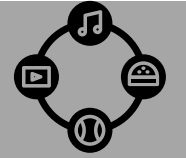
التواجد الجغرافي

ميل 4
حول الحي الموجود
فيه المطعم



الفئة المستهدفة

الشباب



الخصائص السلوكية والنفسية

الدراسة - ادارة الوقت
الأصدقاء - التصوير والتواجد الرقمي
الإجازات - الاستمتاع بالوقت والحياة
الفتور واستراحة الغداء



الخصائص الديموغرافية

العمر: 19-25
الجنس: ذكور - اناث
القدرة الشرائية: تحت المتوسط - متوسط



TARGET AUDIENCE



التواجد الجغرافي

ميل 2
حول الحي الموجود
فيه المطعم

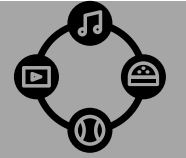


الفئة المستهدفة

المدرء ومسؤولين العلاقات
العامة ومنظمي الحفلات في

الشركات

والمنظمات الصغيرة



الخصائص السلوكية والنفسية

العمل- الموظفين
الانجاز- الربح
الاجتماعات والفعاليات



الخصائص الديموغرافية

العمر: 25-55

الجنس: ذكور - اناث



TARGET AUDIENCE



التواجد

ميل 2
حول الحي الموجود
فيه المطعم



الفئة المستهدفة

الموظفين



الإهتمامات

العمل- الانجازات
التطور - الأداء الوظيفي
ادارة الوقت
زملاء العمل والعلاقات الوظيفية
العائلة- الاصدقاء



الخصائص

العمر: 25-50
الجنس: 50% ذكور - 50% اناث
القدرة الشرائية: متوسط



TARGET AUDIENCE



التواجد

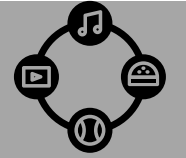
ميل 4
حول الحي الموجود
فيه المطعم



الفئة المستهدفة

الأشخاص

الذين يقضون وقت اطول في المنزل



الإهتمامات

العائلة - الاطفال
الأصدقاء
الأمومة - اختصار الوقت
الصحة والرشاقة
مشاهدة التلفاز
متابعة الجديد في وسائل التواصل الاجتماعي



الخصائص

العمر: 40-25

الجنس: 25% ذكور - 75% اناث



TARGET AUDIENCE

الاستراتيجية التسويقية



الاستراتيجية التسويقية

تخضع للتطوير والتحسين بناءً على دراسة التقارير ونتائج الحملات وذلك أولاً بأول

سيتم التنويع في وسائل التسويق الرقمي لمعرفة الأنسب منها والأكثر نفعاً، فبالإضافة للتسويق عبر محركات البحث سيتم التحسين المستمر لمحركات البحث، واستعمال البريد الإلكتروني ومنصات التواصل الاجتماعي. ولن يتم إهمال دور المحتوى الفعال في موقع وحسابات المطعم كما سيتم تفعيل الإعلانات لدى المؤثرين باستمرار وبأفكار إبداعية وتناسب الجمهور المستهدف.



حملات الربع الأول

الهدف

رفع الوعي- زيادة المبيعات

وسائط التسويق المستعملة

جميع المنصات
البريد الإلكتروني
اعلانات قوغل

الميزانية

توزع بالتساوي على كامل الوسائط (9000 ريال)

فريق العمل

مدير الحملة- المصممين- كاتب المحتوى
مدير حسابات وسائل التواصل
مصور

المحتوى

9 منشورات
ست مقاطع فيديو وريلز
6 اعلانات مؤثرين
مقالين في الموقع



Marketing strategy

حملات الربع الأول

وضع خصومات دورية
الاعلان عن المنتج الأكثر نجاحا
توزيع كوبونات خصم
البحث باستمرار هن الأفكار الأكثر شهرة والترندات

جميع العملاء

افكار الحملة

العملاء المستهدفين



Marketing strategy

حملات الربع الثاني

الهدف

رفع الوعي- زيادة المبيعات

وسائط التسويق المستعملة

المنصات الأكثر فعالية + الموقع + المؤثرين

الميزانية

ريال توزع حسب اهمية المنصة 9000

فريق العمل

مدير الحملة- المصممين- كاتب المحتوى
مدير حسابات وسائل التواصل
مصور

المحتوى

6 منشورات
ثلاث مقاطع فيديو وريلز
اعلانات لذي مؤثرين 6
تحسين محركات البحث باستمرار



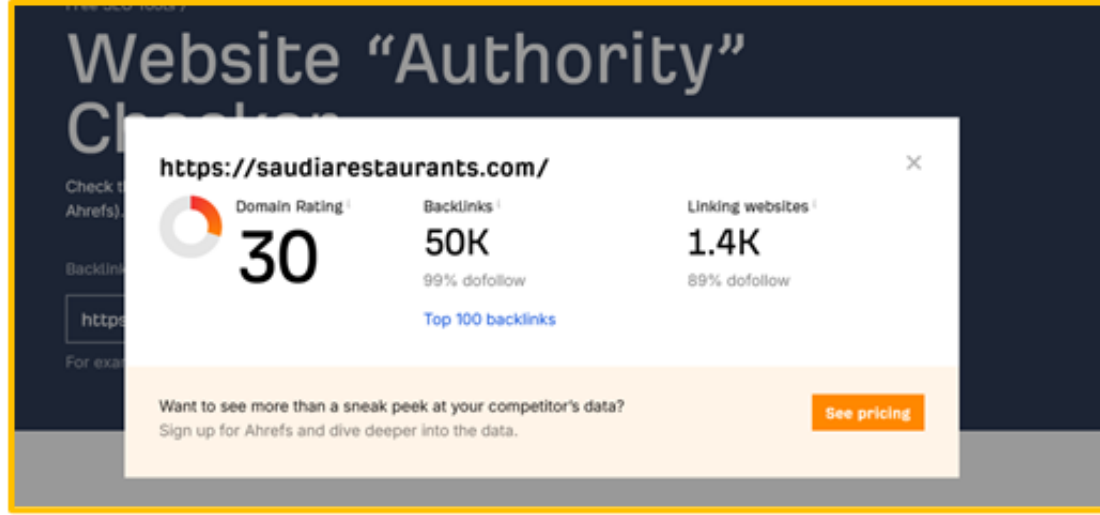
Marketing strategy

الموقع الإلكتروني

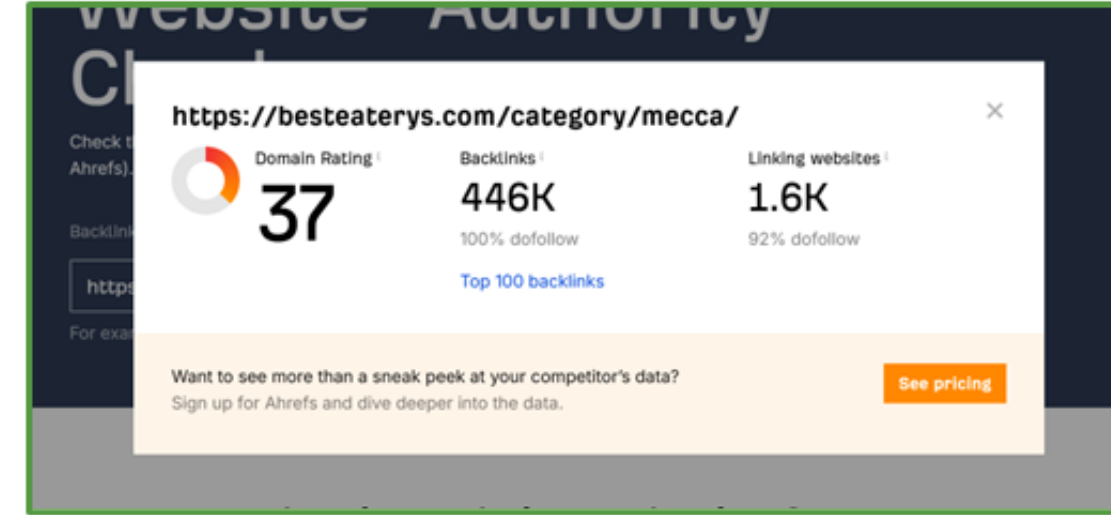
وتنفيذ استراتيجيات تحسين محركات البحث

SAJAN-MAKKAH.ODOO.COM

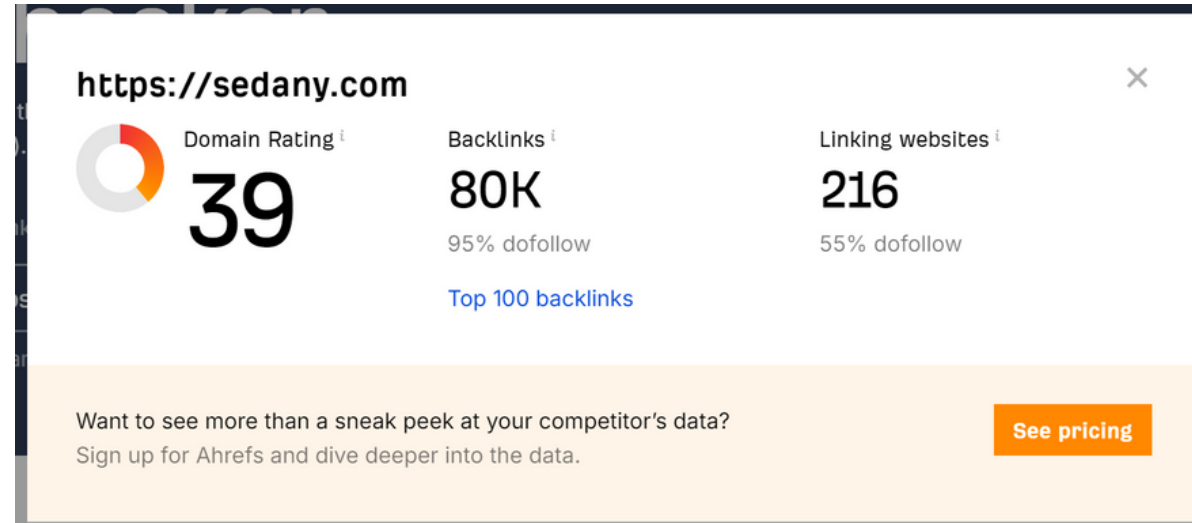




موقع مطاعم السعودية



موقع مطاعم وكافيهات السعودية



مواقع مُقترحة للربط الخارجي

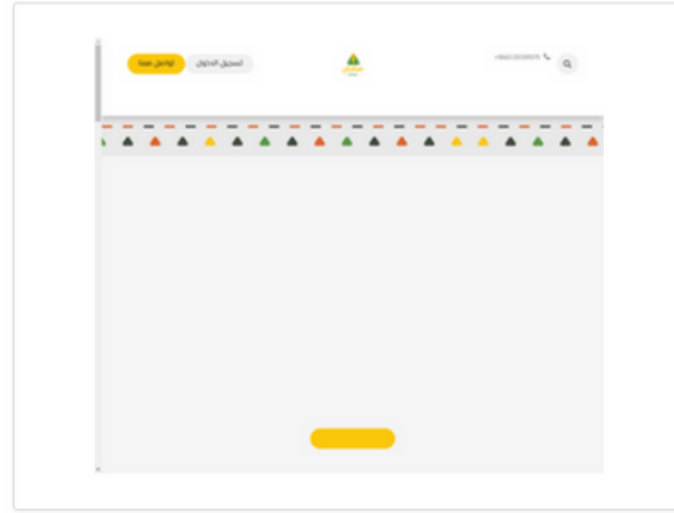


SAJAN WEBSITE BACKLINKS

Your Results:

DOWNLOAD HAR

SHARE RESULT



Performance grade

A 92

Page size

678.9 KB

Load time

3.11 s

Requests

28

Results

41% Page Score



اختبار سرعة واداء الموقع

الذهاب لموقع اختبار السرعة

اختبار مدى توافق الموقع مع
الأجهزة المحمولة

الذهاب لموقع اختبار التوافق



SAJAN WEBSITE PERFORMANCE

GOOGLE ADS

التسويق عبر محركات البحث



مدة الحملة والميزانية



مدة الحملة تحدد بعد الحملة التجريبية (اربع ايام)
يتم بعدها تحليل النتائج لتحديد الميزانية بالضبط

الميزانية

اختيار المتوسط الذي تريد إنفاقه كل يوم

الميزانية

61.70 ر.س.

51.42 ر.س. **مستحسن**
متوسط الميزانية اليومية

الإجالات الناجحة الأيومية	تكلفة الإجابة الناجحة	التكلفة الأيومية
14	25.71 ر.س.	359.94 ر.س.

يظهر لك هذا الاقتراح بسبب إعدادات حملتك، مثل عروض الأسعار والاستهداف والإعلانات، بالإضافة إلى ميزانيات المعلنين المماثلين.

41.13 ر.س.

ضبط ميزانية مخصصة

لن تدفع في الشهر أكثر من ميزانيتك اليومية بمتوسط عدد أيام الشهر. وقد تنفق في بعض الأيام أقل من الميزانية اليومية، وقد تنفق في أيام أخرى ما يصل إلى ضعفها. [مزيد من المعلومات](#)

اختر هدفًا لتخصيص تجربتك بما يتناسب مع الأهداف والإعدادات التي تناسب حملتك بشكل أفضل.

 الترويج للتطبيق الحصول على المزيد من عمليات التنزيل والتفاعلات وعمليات التسجيل المسبق لتطبيقك	 الزيارات إلى موقعك الإلكتروني جذب الأشخاص المناسبين لزيارة موقعك الإلكتروني	 العملاء المحتملون الحصول على عملاء محتملين وإحالات ناجحة أخرى عن طريق تشجيع العملاء على اتخاذ إجراء	 المبيعات زيادة المبيعات التي تتم على الإنترنت أو داخل التطبيق أو عبر الهاتف أو داخل المتجر
 إنشاء حملة بدون تحديد هدف معين اختر نوع الحملة أولاً، بدون الاعتماد على الاقتراحات المستندة إلى هدفك.	 الزيارات إلى المتاجر المحلية والعروض الترويجية جذب الزيارات إلى المتاجر المحلية، بما فيها المطاعم ومحلات البيع بالتجزئة.	 زيادة الوعي والتفكير في الشراء الوصول إلى شريحة جمهور عريضة وزيادة الاهتمام بمنتجاتك أو علامتك التجارية تم دمج أهداف العلامة التجارية	 زيادة الوعي والتفكير في الشراء الوصول إلى شريحة جمهور عريضة وزيادة الاهتمام بمنتجاتك أو علامتك التجارية تم دمج أهداف العلامة التجارية

اختيار نوع الحملة

الأداء الأفضل
يمكنك استخدام حملة واحدة للوصول إلى شرائح الجمهور في جميع منتجات Google. [إلاطلاع على طريقة العمل](#)

تحديد الهدف من الحملة الأولى

زيادة الزيارات للمتجر المحلي



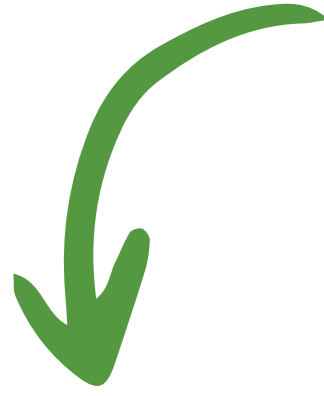
Advertising campaign via Google Ads



المنطقة الجغرافية المستهدفة

4

ميل حول الحي المتواجد فيه المطعم



وضع الدبوس

الموقع الجغرافي النطاق الجغرافي

إدخال اسم مكان أو عنوان أو إحداثيات

4 ميل

مدى الوصول

المواقع الجغرافية المستهدفة (1)

4 ميل حول حي الشوقية، حي، مكة المكرمة نطاق جغرافي

حفظ إلغاء

تمثل المناطق المميزة الأماكن التي يمكن للمعلنين استهدافها أو استهدافها باستخدام ميزة الاستهداف حسب الموقع الجغرافي في "إعلانات Google". [مزيد من المعلومات](#)

إعدادات الحملة

المواقع الجغرافية

اختيار المواقع الجغرافية المستهدفة

جميع البلدان والأقاليم

السعودية

إدخال موقع آخر

المواقع الجغرافية المستهدفة (1)

4 ميل حول حي الشوقية، حي، مكة المكرمة نطاق جغرافي

إدخال موقع لاستهدافه أو استبعاده

بحث متقدم

خيارات الموقع الجغرافي

الهدف

التواجد أو الاهتمام: الأشخاص المتواجدون في مواقعك الجغرافية المستهدفة أو الذين يتواجدون فيها باستمرار أو الذين أبدوا اهتماماً

التواجد: الأشخاص المتواجدون في مواقعك الجغرافية المستهدفة أو الذين يتواجدون فيها باستمرار

اللغات

اختيار اللغات التي يتحدث بها عملائك

ابدا الكتابة أو اختر لغة

العربية



Advertising campaign via Google Ads



خصائص الفئة المستهدفة

التركيز على محبي الأكل في المطاعم
والمتسوقون والموظفين

الخصائص الديمغرافية

اقتراح أشخاص استنادًا إلى العمر أو الجنس أو الحالة الأبوية أو دخل الأسرة ©

تعديل الخصائص الديمغرافية المستهدفة

الجنس	العمر	الحالة الأبوية	دخل الأسرة
<input checked="" type="checkbox"/> إناث	<input type="checkbox"/> 18 - 24	<input checked="" type="checkbox"/> ليس أحد الوالدين	<input checked="" type="checkbox"/> أعلى 10%
<input checked="" type="checkbox"/> الذكور	<input checked="" type="checkbox"/> 25 - 34	<input checked="" type="checkbox"/> أحد الوالدين	<input checked="" type="checkbox"/> 11 - 20%
<input checked="" type="checkbox"/> غير معروف ©	<input checked="" type="checkbox"/> 35 - 44	<input checked="" type="checkbox"/> غير معروف ©	<input checked="" type="checkbox"/> 21 - 30%
	<input checked="" type="checkbox"/> 45 - 54		<input checked="" type="checkbox"/> 31 - 40%
	<input type="checkbox"/> 55 - 64		<input checked="" type="checkbox"/> 41 - 50%
	<input type="checkbox"/> 65 فما فوق		<input checked="" type="checkbox"/> أدنى 50%
	<input type="checkbox"/> غير معروف ©		<input checked="" type="checkbox"/> غير معروف ©

ملاحظة: لا يتوفر استهداف دخل الأسرة إلا في بلدان محدّدة. [تزيد من المعلومات](#)

الحملة: فطور صاجان

اختيار شرائح من الجمهور المطلوب إضافتها إلى حملة أو مجموعة إعلانية يمكنك إنشاء شرائح جديدة من الجمهور مستندة إلى بياناتك من خلال النقر على + شريحة جديدة في علامة التبويب "بحث". ©

الاستهداف

تصنيف مدى وصول حملتك إلى الشرائح المحدّدة، مع خيار تعديل عروض الأسعار

المراقبة (مستحسن)

عدم تصنيف مدى وصول حملتك، مع خيار تعديل عروض الأسعار على الشرائح المحدّدة

بحث تصفّح

16 عنصرًا تم اختياره

جرب "الإعلام والترفيه"

مخبوزات

بناء على موقعك الإلكتروني

الإعلام والترفيه

خدمات أعمال

المتسوقون

أسلوب الحياة والهوايات

فنادق وأماكن إقامة

محبو الأكلات السريعة التحضير

شريحة جديدة +

طعام ومأكولات
زوار دالمنون للمقاهي

طعام ومأكولات
محبو الطهي

طعام ومأكولات < محبو الطهي
محبو الأكلات السريعة التحضير

طعام ومأكولات
محبو الوجبات السريعة

طعام ومأكولات
محبو تناول الطعام في المطاعم



Advertising campaign via Google Ads



الكلمات الرئيسية

اسم المجموعة الإعلانية

المجموعة الإعلانية 1

يمكن أن تَعثر "إعلانات Google" على كلمات رئيسية لك من خلال مسح صفحة ويب أو معرفة ما يَحقق أداءً جيدًا للمنتجات أو الخدمات المشابهة.

الكلمات الرئيسية

أدخل عنوان URL لمسحه بحثًا عن كلمات رئيسية.

أدخل منتجات أو خدمات تريد الإعلان عنها.

الكلمات الرئيسية هي الكلمات أو العبارات التي تُستخدم لمطابقة إعلاناتك مع العبارات التي يبحث عنها الأشخاص.

- فطور
- مطاعم مكة توصيل
- عرض مطاعم
- فلافل
- مطبخ
- مطاعم مكة
- الشوقية
- فطور في مكة
- مطعم فطور
- فطيرة فلافل
- افضل مطاعم مكة
- افضل فطور في مكة
- مطبخ خضار
- مطاعم مكة

أنواع المطابقة تساعد على التحكم في عمليات البحث التي يمكن أن تؤدي إلى ظهور إعلاناتك

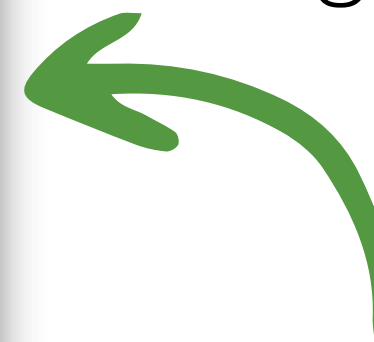
الكلمة الرئيسية = مطابقة تقريبية "الكلمة الرئيسية" = مطابقة عبارة [الكلمة الرئيسية] = مطابقة تامة [مزيد من المعلومات](#)





عناوين واوصاف وروابط الأقسام

روابط لأقسام الموقع المختلفة لرفع الوعي أكثر بالأصناف المقدمة وتشجيع العميل على اتخاذ قرار التواصل والشراء



إنشاء رابط أقسام الموقع

1 من 3 معاينة

تميز رابط أقسام الموقع

الهاتف الجوال

إعلان

example.com
www.example.com

العنوان 1 | العنوان 2 | العنوان 3

الوصف 1. الوصف 2.

شاهد قائمة الطعام

اطلب عبر تطبيقات التوصيل

لمناسبات واجتماعات العمل

مراجعات وآراء العملاء

تعرض هذه المعاينة الإعلانات المختلفة المجمعة باستخدام مواد العرض، ولكنها لا تعرض كل المجموعات المختلفة. يمكن عرض مواد العرض بأي ترتيب، لذلك يُرجى التأكد من أن كل مادة تشكل معنى بمفردها أو مقترنة بغيرها من المواد، ومن أن هذه المواد لا تنتهك سياساتنا أو القوانين المحلية. قد يتم أيضًا اختصار بعض أشكال الإعلان. يمكنك التأكد من ظهور نص معين في إعلانك. [مزيد من المعلومات](#)

شاهد قائمة الطعام
https://sajan-makkah.odoo.com/the-menu

نص رابط أقسام الموقع
شاهد قائمة الطعام

17/25

سطر الوصف 1 (موصى به)
تعرف على اصنافنا

16/35

سطر الوصف 2 (موصى به)

0/35

رابط عنوان URL النهائي
https://sajan-makkah.odoo.com/the-

اطلب عبر تطبيقات التوصيل
https://linktr.ee/sajan.res.est?
utm_source=linktree_admin_share

نص رابط أقسام الموقع

إعلان

sajan-makkah.odoo.com/

صباحك يبدأ من صاجان - الفطور المشبع ليوم دوام طويل

اصناف متنوعة وشهية. ليوم كُله نشاط وطاقه.

العناوين 3/15 عرض الأفكار

وجبة افطار مغذية ولذيذة

مطلوب 23/30

صباحك يبدأ من صاجان

مطلوب 19/30

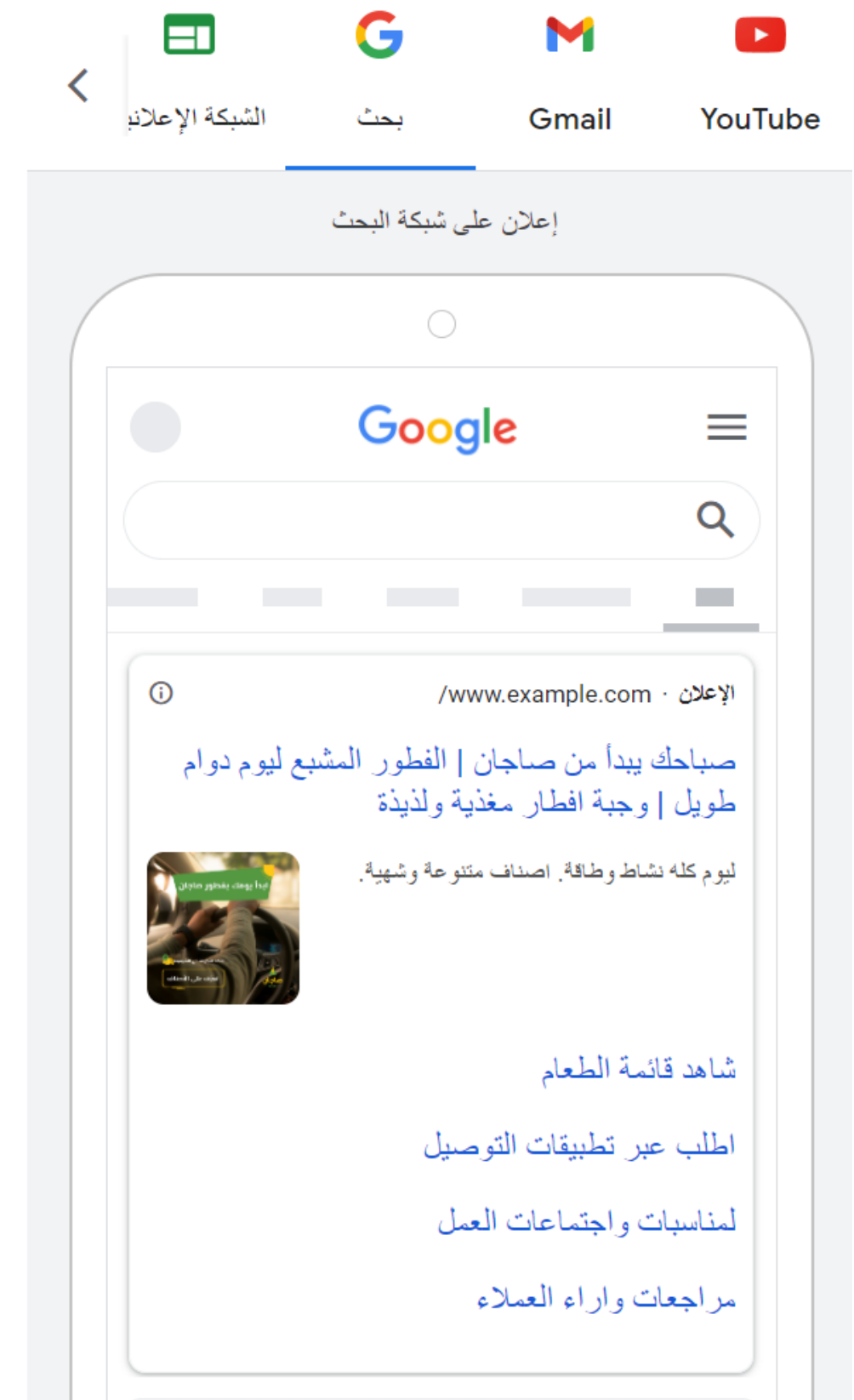
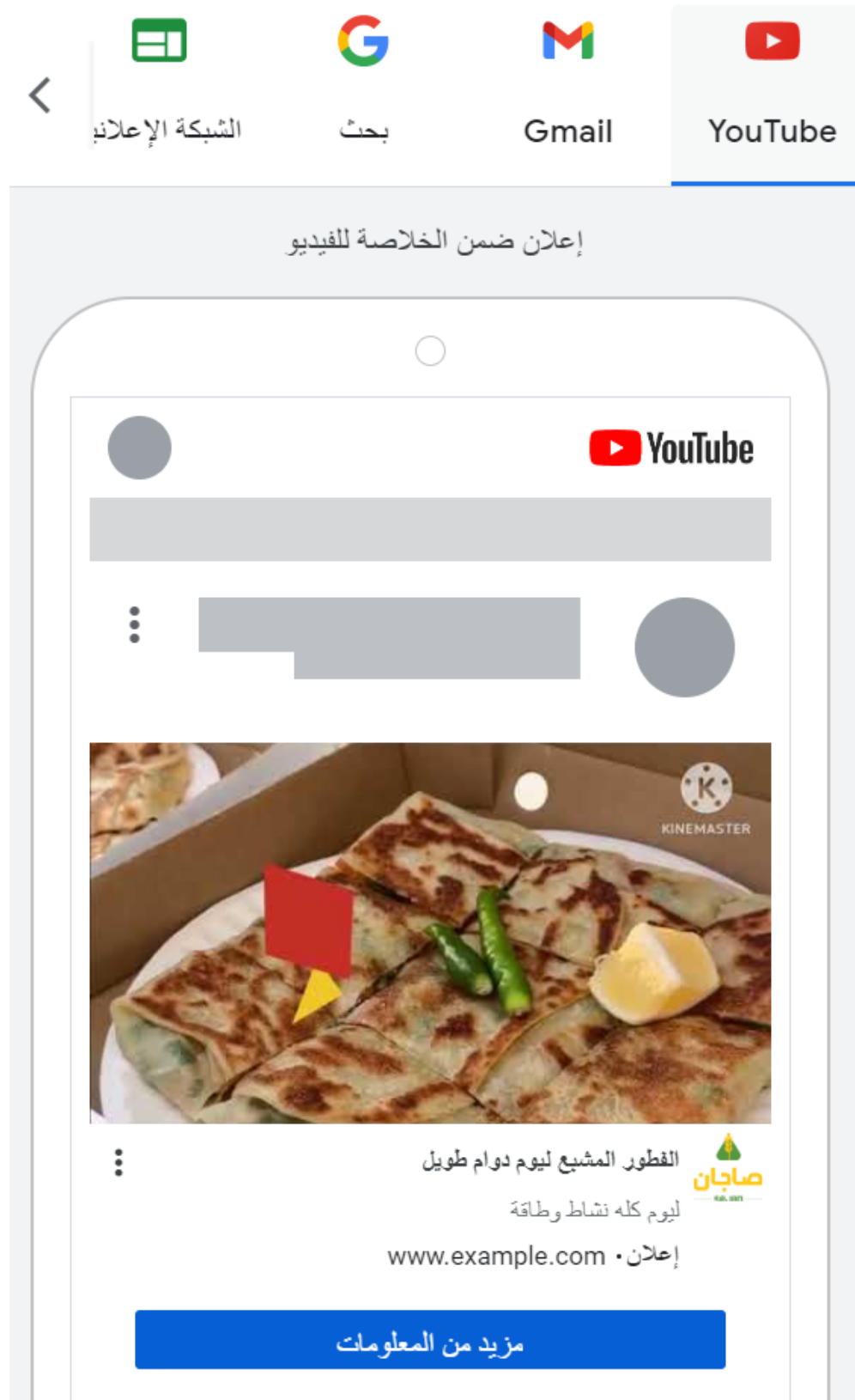
الفطور المشبع ليوم دوام طويل

مطلوب 28/30

تعرض هذه المعاينة الإعلانات المختلفة المجمعة باستخدام مواد العرض، ولكنها لا تعرض كل المجموعات المختلفة. يمكن عرض مواد العرض بأي ترتيب، لذلك يُرجى التأكد من أن كل مادة تشكل معنى بمفردها أو مقترنة بغيرها من المواد، ومن أن هذه المواد لا تنتهك سياساتنا أو القوانين المحلية. قد يتم أيضًا اختصار بعض أشكال الإعلان. يمكنك التأكد من



Advertising campaign via Google Ads



Advertising campaign via Google Ads

التسويق عبر البريد الإلكتروني





Audience

SAJAN RESTAURANT

Your audience has **3** contacts. **3** of these are subscribers.

Overview [Manage contacts](#) [Add contacts](#) [Subscriber preferences](#) [Settings](#)

Toggle Columns

Export Segment

2 contacts match your conditions [Edit Segment](#)

Save Segment

Send Campaign



	Email Address	Tags	Email Marketing	Source	Contact Rating	Date Added	Last Changed <input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	sajan.res.ad@gmail.com	company customer	Subscribed	List Import from Copy/Pasted File	★★★☆☆	1/25/24 12:05AM	1/25/24 12:05AM
<input type="checkbox"/>	aiohma.22@gmail.com	company customer	Subscribed	List Import from Copy/Pasted File	★★★☆☆	1/25/24 12:05AM	1/25/24 12:05AM



Advertising campaign via E-mail

عناوين الرسائل



ضيافة مميزة لاجتماعات ومناسبات العمل



To:
FULL NAME Recipient's email address

From:
Abdullah
piece.of.happiness2020@gmail.com

Subject:
ارتق بأحداث شركتك مع خدمات تقديم الطعام من صاجان

Preview Text:
☀️ طعام مميز لمناسبة عمل مثمرة ☀️



Advertising campaign via E-mail

السيد مسؤول العلاقات العامة المحترم,

اتمنى أن يصلك هذه الرسالة وانت في خير حال.
انا عائشة محمد, مسؤولة التسويق لدى مطعم صاجان, مطعم محلي معروف بمأكولاته اللذيذة وخدمته الاستثنائية.

نحن نتفهم أهمية خلق جو إيجابي وجذاب لأحداث الشركات والتجمعات والاجتماعات المتعلقة بالعمل. مع وضع هذا في الاعتبار، يسرني أن أبلغكم أن صاجان يقدم الآن خدمات تقديم الطعام المصممة خصيصا لمثل هذه المناسبات.

تشمل خدمات تقديم الطعام لدينا مجموعة متنوعة من الفطائر الطازجة و المشروبات الساخنة التي من المؤكد أنها ستسعد موظفيك وضيوفك. نحن نفخر باستخدام مكونات عالية الجودة والتأكد من أن عروضنا تلبى الأذواق والتفضيلات المتنوعة.

علاوة على ذلك ، نحن ملتزمون بتوفير تجربة سلسلة وخالية من المتاعب. فريقنا مجهز تجهيزا جيدا لتقديم الطعام لمناسبة بكل حفاوة واحترافية، مما يضمن بقاء تركيزك على نجاح المناسبة.

يسعدني أن أناقش هذا الأمر أكثر . إذا كنت مهتما ، فيمكننا ترتيب اجتماع لاستكشاف التفاصيل بشأن أي متطلبات محددة قد تكون لديك.

كشريك محتمل لاحتياجات تقديم الطعام لشركتك. إنني أتطلع إلى إمكانية العمل معا لتعزيز تجربة مناسبات شركتك.

مع أطيب التحيات,

عائشة محمد

مسؤولة التسويق

مطعم صاجان

مكة المكرمة, حي الشوقية



نص الرسالة

تم وضع CTA للتواصل المباشر مع الادارة



تواصل معنا الآن



Advertising campaign via E-mail

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

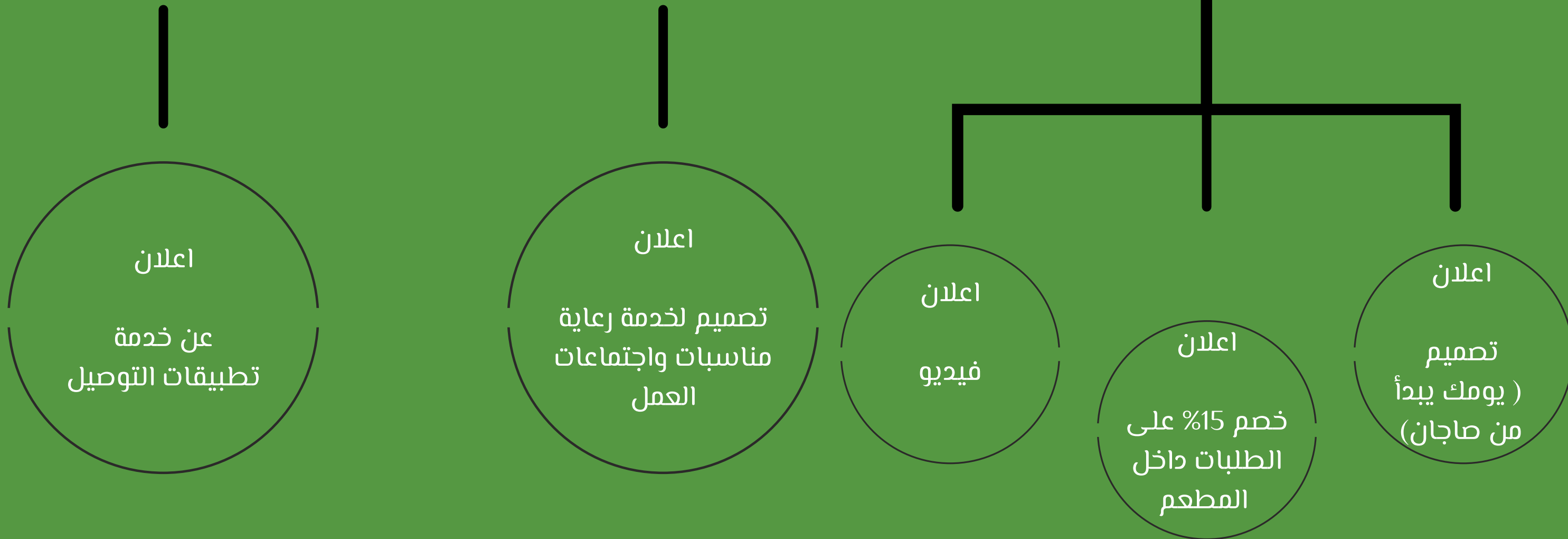


حملة
INSTGRAM



الحملة 1

الهدف زيادة الوعي



Campaign name

حملة زيادة الوعي

ID: 120205773684380221

Special Ad Categories

No categories declared

Buying type

Auction

Objective

Awareness

Campaign spend limit

500.00 ر.س.

0.00 ر.س. of 500.00 ر.س. Limit Spent

Campaign budget

Daily Budget 60.00 ر.س.

Campaign bid strategy

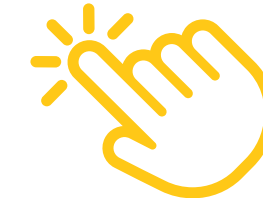
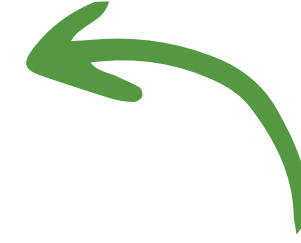
Highest volume

Delivery type

Standard

Ad sets

Please add: Ad sets



الهدف من الحملة 1

رفع الوعي للعلامة والمنتجات المقدمة
من خلال تحقيق المزيد من الزيارات للموقع
الالكتروني.

Goal

What results would you like from this ad?

- Automatic**
Let Facebook select the most relevant goal based on your settings.
- Get more calls**
Show your ad to people who are likely to call your business.
Good for: Sales
- Get more website visitors**
Show your ad to people who are likely to click on a URL in it.
Good for: Traffic
- Get more messages**
Show your ad to people who are more likely to send you a message.
Good for: Sales
- Get more Page likes**
Create a promotion to help more people find and like your Page.
Good for: Traffic
- Promote your business locally**
Connect with people who are located near your business.
Good for: Traffic
- Get more leads**
Use a form to collect contact information from potential customers.
Good for: Sales



Advertising campaign via Instagram

Placements

[Learn more](#)

Advantage+ placements (recommended) ✦

Use Advantage+ placements to maximize your budget and help show your ads to more **people**. Facebook's delivery system will allocate your ad set's budget across multiple placements based on where they're likely to perform best.

Manual placements

Manually choose the places to show your ad. The more placements you select, the more opportunities you'll have to reach your target audience and achieve your business goals.

Devices

All devices

Platforms

- Facebook Instagram
 Audience network Messenger

Asset customization ⓘ

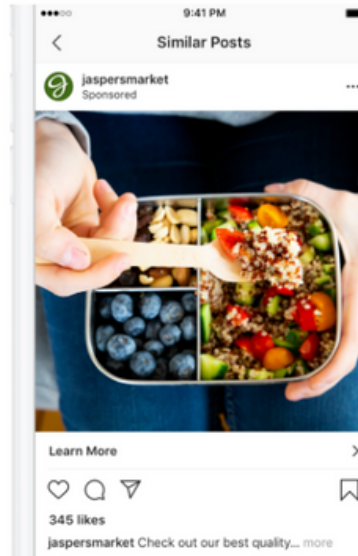
8 / 18 placements that support asset customization
[Select all](#)

Placements

Feeds

Get high visibility for your business with ads in feeds

- Facebook Feed
 Facebook profile feed
 Instagram feed
 Instagram profile feed
 Facebook Marketplace
 Facebook video feeds
 Facebook right column



Schedule and duration ⓘ

Start date: Feb 4, 2024
Start time: 2:56 PM

Run this ad continuously ⓘ

Choose when this ad will end

Days: 20
End date: Feb 24, 2024

Your ad will be published on Feb 4, 2024 at 2:56 PM and run for 20 days ending on Feb 24, 2024.

Daily budget ⓘ

Actual amount spend daily may vary. ⓘ

Country, currency: SA, SAR [Change](#)

Estimated 6K - 17.3K Accounts Center accounts reached per day

50.00 ر.س.

5.00 ر.س. 800.00 ر.س.

Estimated daily results

Accounts Center accounts reached ⓘ: 6K - 17.3K
Link Clicks ⓘ: 47 - 140

Payment summary

Your ad will run for 20 days.

Total budget: 1,000.00 ر.س. (SAR)
Estimated VAT: 150.00 ر.س. (SAR)
Total amount: 1,150.00 ر.س. (SAR)

We use data about you and your ad account to assess eligibility for and to provide you with more ads billing and spending options. [Learn more](#)



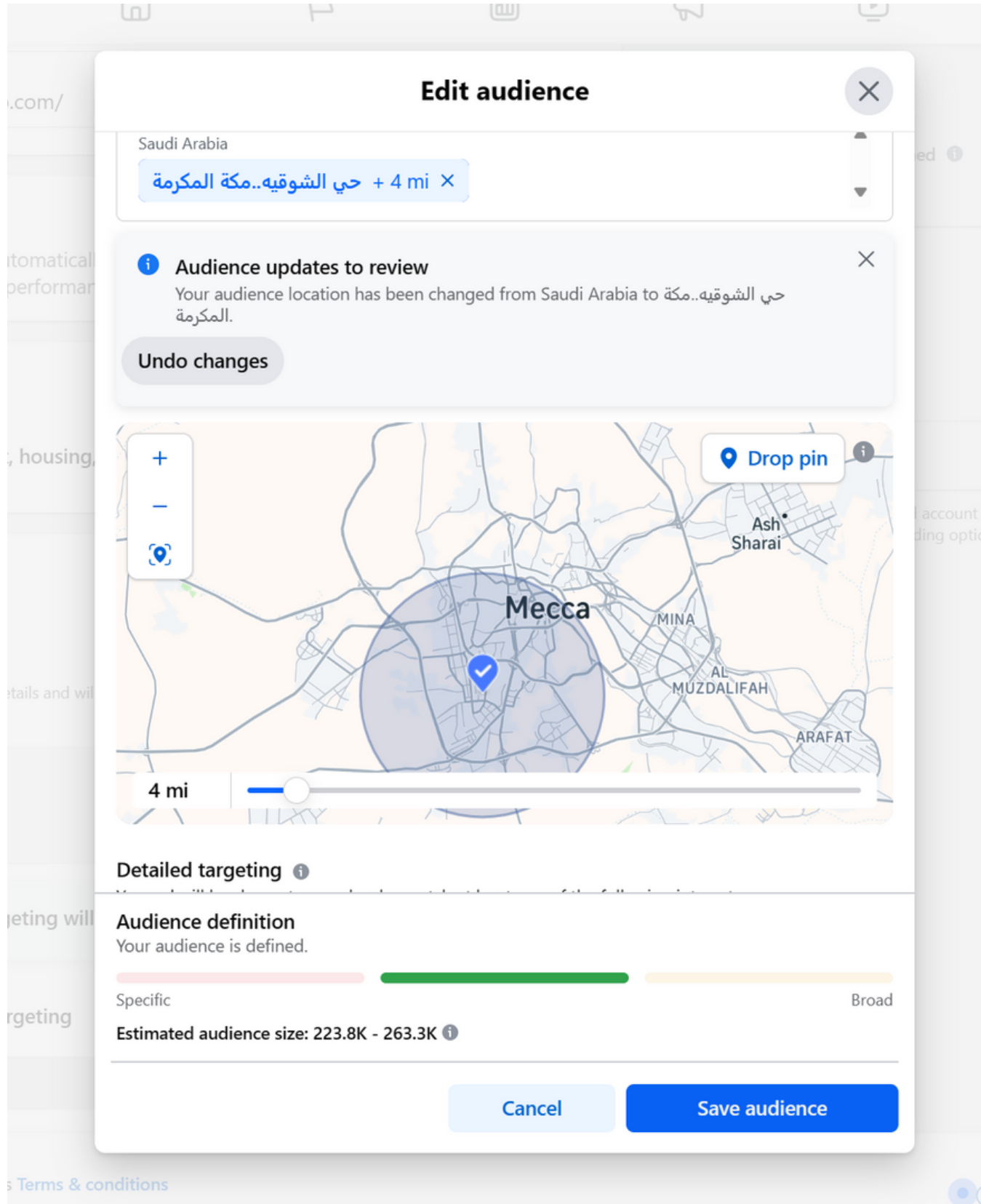
اعدادات الحملة

منصة الانستقرام

الميزانية ل 20 يوم = 1150 ريال



Advertising campaign via Instagram



المجموعة الاعلانية الثانية

المنطقة الجغرافية هي
الحي المتواجد فيه المطعم وما جاوره من
الأحياء.

الفئة المستهدفة الموظفين ومسؤولين
العلاقات العامة في الشركات

الهدف هو الترويج لخدمة فطور اجتماعات
الموظفين ومناسبات العمل



Advertising campaign via Instagram

Minimum age

25

Age suggestion

25 - 50

Gender

All

Detailed targeting included

People Who Match

Interests: Event management, Business (business & finance)

Work employers: Public relations, Owner/Manager/CEO

Work positions: Event Planner, Meeting Planner

Industries: Management, Business Decision Makers

Behaviors: Small business owners, Business page admins



مواصفات الجمهور المستهدف

مسؤولي العلاقات العامة، ومنظمي
الاجتماعات .

مشرفو صفحات الشركات ومدراء الأعمال

Audience definition

Your audience selection is fairly broad.



Estimated audience size: 288,400 - 339,200 **i**

Your criteria is currently set to allow Advantage detailed targeting. **i**

i Estimates may vary significantly over time based on your targeting selections and available data.



Advertising campaign via Instagram

الإعلان

رعاية مناسبات العمل



Feeds, Search results
5 Placements (5 customized)

Add music
On supported placements, we'll sync your ad with music at no cost to you. For all other placements, no music will be added. [Select music](#)

Primary text (1 of 5) ⓘ ⚠ Not optimized
ارتق بأحداث شركتك مع خدمات تقديم الطعام من صاجان

▼

Add a destination
If you add a destination, you can send people immediately after they tap or click your ad to a website or a fullscreen experience. If you don't, they'll be sent to your Facebook Page or Instagram account.

Headline ⓘ 1 of 5
فطور لذيذ لاجتماعات مليئة بالإنجاز

▼

Link description ⓘ
Call to action ⓘ
Contact us ▼

Instagram Feed

sajan_res Sponsored

Instagram

رعاية مناسبات قطاع الأعمال
لاجتماع عمل مُثمر

تواصل معنا الان للحجز

Contact us >

♥ 💬 📍 📌

sajan_res ارتق بأحداث شركتك مع خدمات تقديم الطعام من صاجان

Feeds

Search results



المجموعة الاعلانية الثالثة

المنطقة الجغرافية هي
منطقة متوسعة أكثر للترويج للطلب عبر
تطبيقات التوصيل


Audience controls ⓘ
Set criteria for where ads for this campaign can be delivered. [Learn more](#)

*** Locations**
Reach people living in or recently in this location.

Saudi Arabia

Place حي الشوقية..مكة المكرمة + 6mi ▼

Include ▼ Search locations Browse



Drop pin

Add locations in bulk

Show more options ▼



Advertising campaign via Instagram

Minimum age

18

Age suggestion

18 - 65+

Gender

All

Detailed targeting included

People Who Match

Interests: Watch (TV channel), Family (social concept), Friendship (relationships), Kids (children & parenting), Student (education), Online games (video games)

Industries: Food and Restaurants

 Edit

Targeting expansion

Yes



مواصفات الجمهور المستهدف

الفئة المستهدفة هم الأشخاص الذين يقضون وقت أطول في المنزل.



Advertising campaign via Instagram

✓ Ad name

New Awareness Ad

Create template

✓ Identity

* Facebook Page ⓘ

Sajan

Instagram account ⓘ

sajan_res

✓ Ad setup

Create ad

Format

Choose how you'd like to structure your ad.

- Single image or video
One image or video, or a slideshow with multiple images
- Carousel
2 or more scrollable images or videos
- Collection
Group of items that opens into a fullscreen mobile experience

Instant Experience option has moved

Now you can add an Instant Experience for your ad in the new destination section below.

Ad preview

Destination preview

Preview on

5 placements

Share



Feeds



Search results



The style, formatting, media resolution and layout of your ad's media, call to action or text may



الإعلان

اصناف صاجان على بُعد ضغطة زر



Advertising campaign via Instagram

Ad preview Destination preview Preview on

5 placements Advanced preview Share

Instagram Feed

sajan_res Sponsored

Instagram

يومك يبدأ من صاجان
(مكة المكرمة - الشوقية)

خصم 15%

للطلبات داخل المطعم

See variations

Feeds

Search results



الإعلان
خصم 15%



Advertising campaign via Instagram

اعلان
SNAPCHAT



الهدف
الوعي
ارفع الوعي بعلامتك التجارية أو منتجك. معرفة المزيد.

اسم الحملة
الوعي

الحالة
متوقف مؤقتًا

إنشاء اختبار المقارنة
تم تعطيل

وقت البدء والانهاء

AM 7:27 2024 , 4 مارس

التوقيت العربي القياسي

حدد تاريخ الانتهاء (اختياري)

AM 7:27 2024 , 14 مارس

التوقيت العربي القياسي

حد الإنفاق اليومي

حد الإنفاق طوال فترة الحملة



الهدف من الحملة

رفع الوعي بزيادة الزيارات للموقع الالكتروني

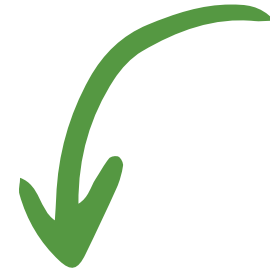


Advertising campaign via snapcaht



مواصفات الجمهور المستهدف

الفئة المستهدفة هم الأشخاص القريبون من
الحي المتواجد فيه المطعم ولديهم اهتمام
بالطعام والتسوق.



البيانات الديموغرافية

محتوى مضبوط ⓘ
قيود العمر مطلوبة

الأعمار
45 - 25

نظرًا إلى أنك صرحت بأن محتوى إعلانك مُنظم، يُرجى اختيار عمر الاستهداف المسموح به قانونًا في بلدك أو منطقتك بعناية. ويُرجى الرجوع إلى المتطلبات الخاصة بالصناعة لمزيد من المعلومات. ⓘ

الأنواع
أنثى ذكور الكل

اللغات ⓘ
اختر اللغة...
الإنجليزية ✓
العربية ✓

شرائح الجمهور

شرائح الجمهور المُحدّد مسبقًا ⓘ

- ✓ أسلوب الحياة < أسلوب حياة الرجال
- ✓ أسلوب الحياة < أسلوب حياة النساء
- ✓ أسلوب الحياة < المتسوقون
- ✓ أسلوب الحياة < المسؤولون عن الأموال
- ✓ أسلوب الحياة < عُشاق السينما والتلفزيون
- ✓ أسلوب الحياة < عُشاق الطعام
- ✓ أسلوب الحياة < محبو النوادي والحفلات
- ✓ أسلوب الحياة < مواضيع عن الوالدين والأسرة

اختر فئة...

شرائح الجمهور المخصص ⓘ
لا يوجد جمهور متاح إنشاء جمهور

توسيع نطاق الجمهور تلقائيًا
يوسع نطاق شرائح الجمهور لتحسين الأداء.

الإعدادات المتقدمة



Advertising campaign via snapcaht



موقع عرض الإعلان

4

كلم حول الحي المتواجد فيه المطعم

المواقع استهداف المواقع المُحدّدة مسبقًا

جمهورك موجود في: المملكة العربية السعودية

إعادة الضبط تحميل المواقع بشكل مجمع

المملكة العربية السعودية

km نصف قطر النقطة 4 39.78844180062484 ,21.381276577418447 ✓

إضافة بلدان البحث عن أي عنوان أو مكان أو فئة...

الرصيفة النكاسه الكعكية

طريق اللين

حي بطحاء قريش

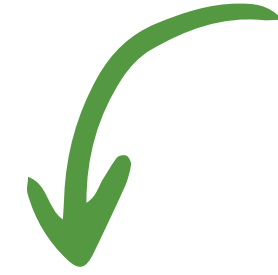
mapbox



Advertising campaign via snapcaht



مواضع ظهور الإعلان



النتائج المقدرة للمجموعة الإعلانية

حجم الجمهور المستهدف
30K - 33K

النتائج اليومية	النتائج الأسبوعية
بناءً على ميزانية يوميًا البالغة \$US 26.00، فإن نتائجك المقدرة هي:	
الوصول إلى 8.6K - 25K	مرات الظهور 8.8K - 26K
النقرات 390 - 130	

مواضع ظهور الإعلان

تحديد موضع ظهور الإعلان تلقائيًا (مُوصى به)
اعرض إعلاناتك عبر جميع أقسام سناب شات، بما في ذلك منصة الأضواء. ويمنحك ذلك مرونة إضافية لتحسين نتائج حملتك ومضاعفة مدى وصولك.

تعديل موضع ظهور الإعلان

المحتوى

عبر المحتوى (الإعلانات التي تتم مشاهدتها بين القصص والمحتوى الاحتراقي)

قصص المستخدم

قصص الناشرين وصناع المحتوى

منصة "الأضواء"

داخل المحتوى (الإعلانات التي تمت مشاهدتها في محتوى احتراقي ومبتكر منسق)

قصص الناشرين

الفئات

تضمين

الناشرون

تضمين

قصص صانع المحتوى

موجز "اكتشف"

قيد البث

الكاميرا



Advertising campaign via snapcaht

اسم العلامة التجارية (اختياري) i

27 SAJAN


عنوان i

17 افضل فطور لكل يوم

قابلية المشاركة i

تم التمكين

وسائط أفضل اللقطات i

c5843312-2040-4b83-b709-2fcdb1bdc4fe.mp4 

نشر في الملف التعريفي العام

ستظهر الوسائط التي حملتها في قصتك العامة بمجرد نشر إعلانك.

مُرفق i

موقع الويب i

دعوة لاتخاذ إجراء i

المزيد

عنوان URL للموقع الإلكتروني i

[/https://sajan-makkah.odoo.com](https://sajan-makkah.odoo.com)

إنشاء معلّمة عنوان URL

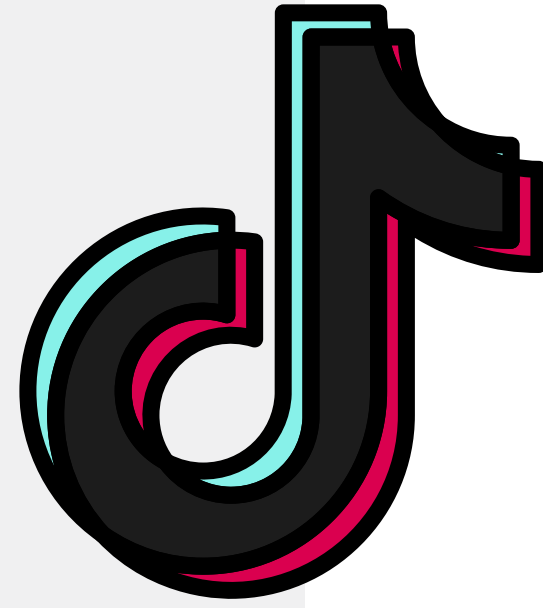


الإعلان فيديو



Advertising campaign via snapcaht

اعلان
TIKTOK





Advertising objective ?

Awareness

Reach >

Consideration

Traffic

Video views

Community interaction

Conversion

App promotion >

Lead generation >

Website conversions >

Product sales >



Reach

[Tips](#)

Show your ad to the maximum number of people.

Campaign type

Auction reach

Ads with the most efficient reach.



Advertising campaign via tiktok



Gender

All Male Female

Age

All 13-17 18-24 25-34 35-44 45-54 55+

Languages ?

English × Arabic ×

Spending power ?

All High spending power

▼ Audience ?

Include

Search or select audiences

Exclude

Search or select audiences

▼ Interests & Behaviors

Define your users by selecting creator, video, and hashtag interactions and interests. [Learn more](#)

Selected

4 interests

Games × Food × Restaurants × Breakfast ×



Advertising campaign via tiktok



Text ⓘ

إذا جوعان مالك إلا صاجان 24/100

Smart Text ⓘ

Call to action ⓘ

Dynamic

Standard

Learn more ▾

Interactive add-ons (Optional) ⓘ

+ Create + From library

Destination

Website
URL

TikTok Instant Page ⓘ
Custom page

URL ⓘ

<https://sajan-makkah.odoo.com/> Preview



Advertising campaign via tiktok

اعلان
LINKEDIN



معاينة الصفحة



* صفحة المنظمة ذات الصلة*

<https://www.linkedin.com/in/ayshah-mohammad-9b09062ab>

* الاسم

Sajan Restaurant

*/linkedin.com/showcase

sajan-restaurant

معرفة المزيد حول عنوان URL العام للصفحة

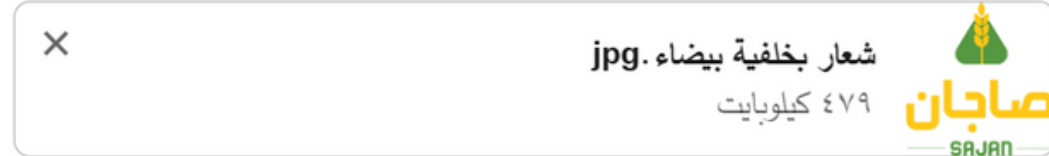
الموقع الإلكتروني

https://linktr.ee/sajan.res.est?utm_source=linktree_admin_share

* المجال

المطاعم

الشعار



يوصى بحجم 300x300 بيكسل. نوع الملفات المدعومة: JPEG، JPG، و PNG.

الشعار

مطعم صاجان يقدم خدمات ضيافة لمناسبات العمل والاجتماعات

استخدم الشعار لوصف ما تقوم به منظمتك بشكل مختصر. يمكن تغيير هذا لاحقاً. ٥٤/١٢٠

أؤكد أنني مخوّل لتمثيل هذه المنظمة ولدي الحق في التصرف نيابة عنها في إنشاء هذه الصفحة وإدارتها. توافق المنظمة وأوافق أنا على الشروط الإضافية للصفحات.

قراءة شروط صفحات LinkedIn



Advertising campaign via linkedin



Settings Sources Campaigns

Define the rules of the conversion

Learn about Insight Tag conversions at the Help Center. [Learn more](#)

Name

 88

Define the key conversion behavior you want to track

Set the value of the conversion

Select the timeframe for when the conversion can be counted. [Learn more](#)

Clicks

Views

Select the attribution model to specify how each ad interaction is credited


The attribution model determines how each ad interaction is credited for a conversion across multiple campaigns. [Learn more.](#)



Advertising campaign via linkedin

 Your Campaign Group is scheduled to run from 1/21/2024 to 2/20/2024

Budget

Set a daily budget 

Daily Budget

SAR 50.00 Actual amount spent daily may vary 

Schedule

Run campaign continuously

Set a start and end date

Start date

1/21/2024

mm/dd/yyyy

End date


2/1/2024

mm/dd/yyyy


Your campaign will run for 12 days starting from January 21, 2024. Your campaign will spend up to SAR 600.00 total.

 Your campaign group is scheduled to run from 1/21/2024 to 2/20/2024.

Bidding

Optimization goal 

Click-to-Message Opens [Change](#)

Bidding strategy 

Maximum delivery - Get the most results possible with your full budget

Cost cap - Get as many results as possible while staying under your desired maximum cost per result

SAR 5.72 cost cap per click-to-message open 

We recommend a cost cap of at least SAR 5.72. Similar advertisers are spending between SAR 3.74 - SAR 11.04 per click-to-message open
Using the recommended bid helps you effectively spend your campaign budget.

Manual bidding - Control your bids in the auction



Advertising campaign via linkedin

Ad format

Select an ad format that will perform best with your campaign objective



Single image



You have successfully associated your Company Page to this account.

Placements

Show your ads to the right people in the right places. We will optimize delivery of your ads across all available placements based on where we estimate you'll get the most .

Selected placements: **LinkedIn**



LinkedIn

Place ads on LinkedIn properties, like the website or mobile app



LinkedIn Audience Network?

Place ads on trusted 3rd party publishers where LinkedIn audiences engage



The LinkedIn Audience Network is not currently available for the objective or ad format you selected.



Advertising campaign via linkedin



Choose the conversion tracking method

Use LinkedIn's new [website actions](#) to automatically track conversion events on your website, [manually set up conversions](#), or use an advanced method using a [tag manager](#) to define your conversion.

- Website actions (new)**
Track conversions that matter to you with one click
- Manual conversions setup**
Manually set up conversion events using the Insight Tag
- Tag manager**
Use a tag manager to implement Insight Tag and track conversions

Conversions require the Insight Tag

The Insight Tag must be installed on every page of your website for page load and the event-specific conversions to function. If the Insight Tag is already installed in every page of your website, no need to install it again. [Learn More](#)

Insight Tag code
Share and copy the code >

Define your conversion tracking method

Gathers insights into post-click & view-through conversions of your LinkedIn ads.

Preferred methods with Insight Tag

- Page load**
Conversion are counted when members visit pages on your website.
Enter your URL
- Event-specific**
Conversions are counted when members take an action on your website.
Share and copy the code
- Or use the image pixel which is less accurate than the Insight Tag





Audience: Event Planners

Where is your target audience?

Locations ?

[Remove all attributes](#) [Close](#)

Mecca, Makkah, Saudi Arabia ✕

 Search



Start searching for Locations above. For example, you can search for:

[United States](#) [United Kingdom](#) [Canada](#) [Germany](#) [Netherlands](#) [Australia](#)

[Exclude](#) people in other locations

Your audience has their Profile Language set to ?

Your audience size will vary depending on the language selected here. English may be selected as the default language, even in areas where a local language is available, to reach all users in the region.

Who is your target audience?

Include people who have **ANY** of the following attributes:



Advertising campaign via linkedin



Permission required

Creating or modifying ads requires permissions granted by your company page admin.

[Learn more](#)

[Permission requested](#)

[Previous](#)

[Save and exit](#)

[Next](#)



Advertising campaign via linkedin

اعلان
X



حملة زيادة الوعي

ريال 1000 - 20 يوم

مكة المكرمة (بنطاق 3 ميل حول حي الشوقية)

العربية - جميع الأجهزة المحمولة والكمبيوتر

الموظفين والموظفات
العمر: 25-50

Breakfast
Official meetings and events
Time management
Corporate employees
Healthy and nutritious food

مدة الحملة - الميزانية

الموقع

اللغة - الأجهزة

الفئة المستهدفة

الاهتمامات

Advertising campaign via X

حملة زيادة الوعي

صور مفردة - فيديو

الاعلان

اعلان فطور السيارة
فطور مغذي ومليء بالطاقة والعناصر الغذائية الصحية
بوكس المشاركة مع الزملاء
يومك مثمر ومليء بالإنجازات بس افطر صح

الأفكار

يومك يبدأ من صاجان
انطلق بنشاط

العنوان

تعرف على قائمة الطعام
اتصل واطلب الآن

CTA

رابط الموقع
رقم التواصل المباشر

الرابط

Advertising campaign via X

خاتمة

تم بفضل الله

اوجه الشكر الجزيل لكل من علمني في هذا الدبلوم وكل
القائمين على الأكاديمية، فخورة بانضمامي لكم
وبالتعرف على زملائي في الدفعة الذين كانوا خير معين
في رحلتي الشيقة والممتعة.

