

المراعي ALMARAI

الإعلان الرقمي | عرض تحليلي

تحليل حملة المراعي الرمضانية الرقمية

«اكتشف المعنى الحقيقي لرمضان»

إعداد الطالبة: وعد معاذ
المقرر: الإعلان الرقمي

شركة المراعي والحملة

الشركة

شركة سعودية رائدة في قطاع الأغذية والمشروبات، تأسست عام 1977.

المنتجات الرئيسية

الألبان • العصائر • المخبوزات • الدواجن

Almarai المراعي

الحملة

اكتشف المعنى الحقيقي لرمضان» – حملة رقمية موسمية تُعزز ارتباط المستهلك بعلامة»
المراعي عبر قيم رمضان: العائلة، المشاركة، والعطاء



المصدر الرسمي: www.almarai.com

الإعلان الرسمي والحملة الرقمية



الأهداف الإعلان

- زيادة الوعي بعلامة المراعي خلال رمضان
- بناء علاقة عاطفية مع الجمهور
- ربط منتجات المراعي باللحظات العائلية

الرسالة الإعلان

«المراعي جزء من اللحظات الجميلة التي تجمع الأسرة خلال رمضان»

القناة الرسمية: [youtube.com/@AlmaraiOfficial](https://www.youtube.com/@AlmaraiOfficial)



الجمهور والتحليل الديموغرافي

01

الفئة العمرية

جميع الأعمار مع تركيز على الأسر

02

الجنس

رجال ونساء – خصوصًا الأمهات
المسؤولات عن الشراء

03

الموقع الجغرافي

السعودية • دول الخليج • الأسواق
العربية

04

السلوك

اهتمام بالغذاء، الأسرة، والمحتوى
الرمضاني

أدوات الحملة والاستهداف

META ADS

إعلانات ميتا

استهداف دقيق حسب العمر، الموقع، الاهتمامات، والسلوك الشرائي عبر فيسبوك وإنستغرام.

YOUTUBE ADS

إعلانات يوتيوب

استهداف مشاهدي محتوى رمضان، الطبخ، والعائلة بصيغ فيديو قصيرة وطويلة.

RETARGETING

إعادة الاستهداف

عرض الإعلانات لمن شاهد الإعلان أو تفاعل معه لتعزيز التذكر والتحويل.

استراتيجية التسويق العاطفي

الاستراتيجية

- توظيف قصة إنسانية ومشاهد عائلية دافئة
- رسالة رمضانية أصيلة تلامس المشاعر
- محتوى قابل للمشاركة عبر المنصات

مؤشرات القياس (KPIs)

المشاهدات	الإعجابات	التعليقات	المشاركات	معدل المشاهدة
-----------	-----------	-----------	-----------	---------------



قياس نجاح الحملة رقميًا

01

يوتيوب Analytics

قياس أداء الفيديو الرسمي

عدد المشاهدات • مدة المشاهدة • نسبة الاحتفاظ

02

ميتا Insights

قياس أداء منصات ميتا

الوصول والتفاعل • المشاركات والتعليقات • أداء المحتوى

03

جوجل Analytics

قياس أداء الموقع الإلكتروني

زيارات الموقع • سلوك المستخدم • مصادر الزيارات

• تكلفة الحملة الإعلانية

- الميزانية الرسمية للحملة: غير معلنة من شركة المراعي
- لم تكشف شركة المراعي عن التكلفة الفعلية لحملة:
- "اكتشف المعنى الحقيقي لرمضان"
- لذلك يتم تقديم تقدير تقريبي بناءً على طبيعة الحملة الرقمية والمنصات المستخدمة.
- التكلفة التقديرية للحملة الرقمية:
- 50,000 - 200,000 ريال سعودي تقريباً

تشمل التكلفة:

- 1. إنتاج المحتوى الرقمي
- تصميم الإعلانات.
- إعداد الفيديوهات والمقاطع القصيرة.
- تجهيز المحتوى المناسب للمنصات المختلفة.
- 2. الإعلانات المدفوعة
- إعلانات YouTube.
- إعلانات Facebook و Instagram.
- الوصول إلى الجمهور المستهدف.
- 3. إدارة وتحليل الحملة
- متابعة التفاعل.
- قياس النتائج.
- تحسين أداء الإعلانات.
- تقييم التكلفة:
- تعتبر التكلفة مناسبة لحجم علامة تجارية مثل المراعي، حيث تهدف الحملة إلى تحقيق نتائج طويلة المدى:
- ✓ زيادة الوعي بالعلامة التجارية.
- ✓ تعزيز ثقة المستهلك.
- ✓ بناء علاقة عاطفية مع الجمهور.

الفكرة الإبداعية

ربط علامة المراعي بالمشاعر العائلية في رمضان عبر قصة إنسانية دافئة تُبرز المنتج بشكل طبيعي دون افتعال.

العناصر الإبداعية

- القصة والمشاعر
- الألوان الدافئة
- الهوية الرمضانية
- ظهور المنتج بشكل طبيعي

نقاط القوة والتوصيات المستقبلية

التوصيات المستقبلية

- زيادة المحتوى التفاعلي مع الجمهور
- التعاون مع المؤثرين المناسبين
- إطلاق مسابقات رقمية
- إشراك الجمهور في صناعة المحتوى

نقاط القوة

- رسالة إعلانية واضحة ومباشرة
- ارتباط ثقافي قوي بالمجتمع
- استخدام فعال للمنصات الرقمية
- بناء علاقة عاطفية مع الجمهور



شكرًا لحسن الاستماع

«اكتشف المعنى الحقيقي لرمضان»

إعداد الطالبة · وعد معاذ