

جامعة ميد أوشن - مقرر الإعلان الرقمي

صيف شي إن - "صيفك غير"

تحليل حملة إعلانية رقمية حديثة

الطالبة: شذى حسين باطرفي | التاريخ: يونيو 2026

الشركة المعلنة: SHEIN

رائدة الأزياء السريعة

تعد شركة "شي إن" (SHEIN) واحدة من أكبر منصات التجارة الإلكترونية العالمية، حيث تركز على تمكين الجميع من الاستمتاع بجمال الموضة.

تعتمد الشركة كلياً على البيانات الرقمية وسرعة الاستجابة لاتجاهات السوق (Real-time Fashion)، مما يجعلها النموذج الأنجح في الاستهداف الرقمي.





فكرة الحملة: "صيفك غير"

المفهوم الإبداعي

ترتكز الحملة ترنكز الحملة علي مفهوم "التجديذ والتحول الصيفي".
عرض ملايس، بطلا من مجرد عرض الحملة. تبيع الحملة "تجربة الصيف المتألية"
زاهية ونصاميم مريحة ونصاميم مريحة تتاسب العطلات.

العبرة الترويجية: "اكتشف إطلالتك الصيفية.

صيفك غير غير مع شي إن"

تحليل الجمهور المستهدف

السلوك الرقمي: مستخدمون نشطون لتطبيقات التواصل الاجتماعي (أكثر من 4 ساعات يومياً).

الجغرافيا: استهداف واسع للشرق الأوسط (السعودية، الإمارات، الكويت).

الفئة العمرية: جيل Z وجيل الألفية (16 - 34 عاماً).

الجنس: تركيز أساسي على الإناث مع توسع في قسم الرجال والأطفال.

الاهتمامات: الموضة، السفر، التسوق الذكي، وتوفير التكلفة.

القنوات والوسائل الرقمية



Snapchat

عدسات تفاعلية (AR Filters) لتجربة
الملابس افتراضياً.



Instagram

استخدام Reels والصور الاحترافية
بجودة عالية (Aesthetic vibes).



TikTok

تحديات الهاشتاج (Hashtag
Challenges) وفيديوهات "Haul"
للمؤثرين.

الأداء العام: الوصول والمشاهدات



*بيانات تقديرية بناءً على حجم التفاعل المرصود خلال يونيو 2026.

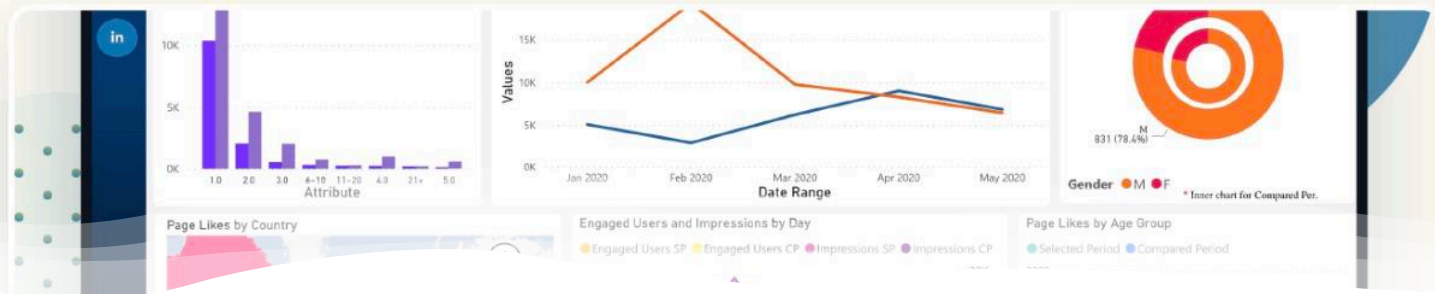
إحصائيات التفاعل الرقمي

850K

إجمالي المشاركات

4.2M

إجمالي الإعجابات



تحليل ردود فعل الجمهور



تعليقات سلبية

"بعض القطع مقاساتها أصغر من المكتوب"
"الضغط على الموقع وقت الذروة يسبب بء"
"أتمنى تقليل استخدام البلاستيك في التغليف"



تعليقات إيجابية

"التصاميم هذا الصيف خيالية والألوان تجنن!"
"كود الخصم وفر لي الكثير، شكراً شي إن"
"سرعة التوصيل تحسنت جداً عن المرات السابقة"



الاستهداف الدقيق (Targeting)

كيف وصلت الحملة لجمهورها؟

الاستهداف السلوكي: تتبع المستخدمين الذين بحثوا عن "أزياء صيفية" أو "ملابس بحر".

إعادة الاستهداف: ظهور الإعلانات لمن زاروا التطبيق ولم يكملوا الشراء.

الاستهداف الجغرافي: عرض ملابس تناسب حرارة الجو في منطقة الخليج تحديداً.

تحليل العناصر الإبداعية: التصوير والموسيقى



التصوير

استخدام إضاءة "الساعة الذهبية"
(Golden Hour) وزوايا سينمائية لخلق
تفاصيل الفخام.



الموسيقى

إيقاع "Upbeat" عصري يمتد على



المشاهير، الشعار، والكلمات

استراتيجية المؤثرين

ركزت الحملة على "تنوع الأجسام" من خلال اختيار عارضات ومؤثرات بمقاسات مختلفة لتعزيز شمولية العلامة التجارية.

★ **الاستعانة بالمشاهير:** تعاون مع كبار المؤثرين في "سناپ شات" وتيك توك لخلق مصداقية فورية.

✍ **شعار الحملة:** أيقونة شمس مدمجة مع شعار SHEIN التقليدي.

” **كلمات الأغنية:** "صيفك غير.. إطلالتك تنور.. مع شي إن العالم يتغير", كلمات بسيطة وسهلة الحفظ (Jingle).

ملخص سمات الإعلان الرقمي

السمة التحليلية	التطبيق في حملة "صيفك غير"
التفاعلية (Interactivity)	عالية جداً من خلال استطلاعات الرأي (Polls) في Instagram Stories.
القابلية للقياس	استخدام روابط تتبع (UTM Parameters) لكل مؤثر لقياس عدد المبيعات.
المرونة (Flexibility)	تغيير المحتوى الإعلاني يومياً بناءً على المنتجات الأكثر مبيعاً (Best Sellers).
التكلفة (Cost)	استثمار ضخم في الإعلانات المدفوعة مقابل عائد استثمار (ROI) مرتفع.

شكراً لاستماعكم!

هل لديكم أي أسئلة حول تحليل الحملة؟

إعداد الطالبة: شذى حسين باطرفي

جامعة ميد أوشن - 2026

Image Sources

<https://i.ytimg.com/vi/LzH9WHAm6CE/hq720.jpg?sqp=-oaymwEhCK4FEIIDSFryq4qpAxMIARUAAAAAGAEIAADIQjOA-gKJD&rs=AOn4CLBHspJ89f6KM22jIumgAJdBrZlqFg>

Source: www.youtube.com



<https://cdn.mos.cms.futurecdn.net/Ezq2fHWmtQpzLQH7CGoMw7.jpg>

Source: www.whowhatwear.com



<https://www.spec-india.com/wp-content/uploads/2022/09/Banner-Social-Media-Analytics-Dashboard.png>

Source: www.spec-india.com



<https://i.ytimg.com/vi/-QLRJWoW0jc/maxresdefault.jpg>

Source: www.youtube.com



<https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/600d6b502c69ea16574c040d/2fd2ce1c-bdf6-4676-b8c0-26be8cce74dd/Beach+Photoshoot+Outfits+for+Los+Angeles+Lifestyle+Branding+Photos+Brian+Brown+Photography+%28>

