

كريتيف ايجيبت الاهداف والتحديات



اشغال معدنية



جلود



أثاث وديكور



أحجار



منسوجات



أخشاب



خزف وفخار



زجاج



المحتوى

١. مقدمة
٢. الأهداف
٣. العلامة التجارية
٤. الخدمات التسويقية
٥. التحديات
٦. المستهدف





١. مقدمة

- برنامج التجمعات الإبداعية و الحرفية

يعمل منذ ٢٠٠٦ على تطوير التجمعات الحرفية

ك تدريب عمالة

ك تحسين جودة المنتج

ك عمل تصميمات جديدة

- أفتتاح كريتيف إيجيبت

تم الافتتاح في يوليو ٢٠١٥ بفرع عمر أفندي بالمهندسين

لسد الفجوة في التسويق

- أول علامة تجارية مسجلة

في مجال المنتجات الحرفية والمشغولات اليدوية في مصر



٢. الأهداف

- مقر دائم

للتسويق للمنتجات الابداعية والحرفية من التجمعات الحرفية ورواد الأعمال والمصممين في كل انحاء مصر

- التنمية المستدامة

المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة لأكثر من ١٠,٠٠٠ حرفي مصري.

- عرض متميز

للتصميمات المبتكرة والمنتجات عالية الجودة التي تعكس الحضارة المصرية

- التصميمات العصرية

المواكبة لخطوط الموضة الحديثة وعمل تصميمات مصرية جديدة.

- التسويق

رؤية تسويقية فريدة وخدمة عملاء متميزة للوصول بالمنتجات الإبداعية والتراثية المصرية الى الأسواق المحلية والدولية المختلفة.





٣. العلامة التجارية

- دراسة للسوق

أعتمد التسويق لكريتيف إيجيببت على دراسة للسوق من مكتب متخصص

- القطاع المستهدف

تحديد القطاع المستهدف من العملاء والتواصل معهم

- الميزة التنافسية

مكان واحد يجمع تشكيلة كبيرة من كل المنتجات المصنعة يدويا (منسوجات - كليم - سجاد - منتجات خشبية - خزف و فخار - مشغولات معدنية - جلود - أثاث خفيف - أحجار)

- التوزيع

قنوات التوزيع عن طريق المعرض الدائم بكايرو فستيفال سيتي ومواقع التواصل الإجتماعي والموقع الإلكتروني لكريتيف إيجيببت (تحت الإنشاء) والمعارض الداخلية



٤. الخدمات التسويقية

- التصوير
تصوير احترافي للمنتجات

- التصميم
أعمال جرافيكس لتصميم شكل الاعلان للمنتجات المختلفة

- الاعلانات
حملات اعلانية مدفوعة بمواقع التواصل الإجتماعي

- إدارة المواقع
إدارة مواقع التواصل الاجتماعي للرد على الاستفسارات

- البيع الالكتروني
البيع المباشر من خلال الصفحة

- التواصل الدوري
التواصل عن طريق النشرات الدورية





ه. التحديات

- تحديات التسويق

- الوصول للفئة المستهدفة التي تعي قيمة المنتجات اليدوية مكلف
- دورات تدريبية لفريق البيع بالمعرض للتعريف تفاصيل الفنية لكل المنتجات
- أحتياج تمويل لعمل حملة تعريفية للعملاء بالفرع الجديد
- البيع على الموقع الإلكتروني (زمن الدورة التسويقية - المنتج اليدوي لا يتكرر مثل أطباق السرسوع)

- تحديات الموردين

- التزام المورد بالجودة المتفق عليها
- التزام المورد بتوريد المنتج المطلوب في المواعيد المحددة
- عمل تصميميات جديدة بشكل مستمر





٦. المستهدف



– فروع اخرى
فتح فروع اخرى لكريتيف في السوق المحلي

– المناطق السياحية
التواجد في المناطق السياحية الهامة مثل
المتحف المصري الكبير والمطارات الدولية

– الفرانشيز
خطة توسعية للعلامة التجارية كريتيف
إيجيبت بالفرانشيز

– التصدير
الوصول بالمنتجات المصرية الى الأسواق
العربية و الأوروبية

Thank You

