

تتميز استراتيجية OGX الترويجية لشامبو حليب جوز الهند المغذي + بأنها متعددة الأوجه، حيث تجمع بين الإعلانات التقليدية والتسويق الرقمي لإنشاء نهج شامل يشارك الجمهور المستهدف بشكل فعال. 1. الإعلان: تستخدم OGX الوسائط الرقمية والمطبوعة للوصول إلى جمهورها. تُستخدم منصات الوسائط الاجتماعية، 2. ترويج المبيعات: تستخدم العلامة التجارية ترويج المبيعات، بما في ذلك الخصومات والعروض المجمعّة وعينات من الهدايا، غالباً ما يتم توقيت هذه العروض الترويجية لتتزامن مع فترات التسوق الموسمية أو الأحداث الخاصة. إلا أن موظفي المبيعات المدربين في متاجر مستحضرات التجميل المختارة يقدمون معلومات وتوصيات قيمة للعملاء المحتملين، 4. العلاقات العامة: تشارك OGX في أنشطة العلاقات العامة لبناء صورة إيجابية للعلامة التجارية والحفاظ عليها. ويشمل ذلك المشاركة في معارض التجميل والصحة والتعاون مع القضايا البيئية والاجتماعية والشراكات مع المؤثرين الذين يشاركون قيم العلامة التجارية. وتقديم توصيات وعروض ترويجية مخصصة بناءً على عمليات الشراء السابقة وسلوك التصفح. تحليل رسالة الإعلان: ركزت حملة إعلانية حديثة لشامبو حليب جوز الهند المغذي + على قدرة المنتج على نقل المستخدمين إلى المناطق الاستوائية من خلال رائحته الغريبة ومكوناته المغذية. استخدمت الحملة منصات الفيديو عبر الإنترنت وقنوات التواصل الاجتماعي، تعمل استراتيجية OGX الترويجية الشاملة لشامبو حليب جوز الهند المغذي على توصيل عرض قيمة المنتج بشكل فعال إلى السوق المستهدف. ومن خلال الاستفادة من مزيج من الأدوات والقنوات الترويجية،