

الترويجية لشامبو حليب جوز الهند المغذي + بأنها متعددة الأوجه، حيث تجمع بين الإعلانات التقليدية OGX تتميز استراتيجية الوسائط الرقمية OGX والتسويق الرقمي لإنشاء نهج شامل يشرك الجمهور المستهدف بشكل فعال. 1. الإعلان: تستخدم والمطبوعة للوصول إلى جمهورها. تُستخدم منصات الوسائط الاجتماعية، 2. ترويج المبيعات: تستخدم العلامة التجارية ترويج المبيعات، بما في ذلك الخصومات والعروض المجمعة 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 في أنشطة العلاقات العامة لبناء صورة OGX يقدمون معلومات وتوصيات قيمة للعملاء المحتملين، 4. العلاقات العامة: تشارك إيجابية للعلامة التجارية والحفاظ عليها. ويشمل ذلك المشاركة في معارض التجميل والصحة والتعاون مع القضايا البيئية والاجتماعية والشرابات 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 الترويجية الشاملة لشامبو حليب جوز الهند OGX منصات الفيديو عبر الإنترنت وقنوات التواصل الاجتماعي، تعمل استراتيجية المغذي على توصيل عرض قيمة المنتج بشكل فعال إلى السوق المستهدف. ومن خلال الاستفادة من مزيج من الأدوات والقنوات، الترويجية،