



حملة إطلاق متعددة القنوات – BLOOMFIELD DIGITAL

مواصفات المتطلبات

إيصال الإطلاق الوطني لـ Nectarine إلى المطابخ المناسبة.

2026

المقدمة والنطاق

أثبتت Nectarine Meal Kits نموذجها في ثلاث أسواق تجريبية حضرية لكنها لم تطلق منتجها على مستوى وطني قط، وأعلنت علامتان منافستان لصناديق الوجبات عن خطط توسع في الربع نفسه. هذه هي الخطة للإطلاق عبر 40 مدينة دون إغراق الميزانية دون رؤية واضحة.

الغرض والجمهور المستهدف

نُفذت حملات Nectarine التجريبية في الأسواق الثلاثة مدينةً بمدينةً بمحتوى إبداعي مُعدل يدويًا ودون إطار قياس مشترك، لذا لا توجد رؤية موحدة لما يقود فعليًا التسجيلات الفعالة على نطاق واسع. تُعد قنوات التلفزيون المتصل والشراكات مع المؤثرين قنوات جديدة كليًا للعلامة التجارية، وقد ربط مجلس الإدارة جولة التمويل القادمة بإثبات كفاءة اكتساب العملاء على المستوى الوطني.

تقترح Bloomfield Digital حملة إطلاق متعددة القنوات مدتها اثنا عشر أسبوعًا مبنية على إطار قياس واحد، وتقييم موجات مدن متدرج متزامن مع توسع مناطق التوصيل لدى Nectarine، وتحسين أسبوعي يتيح للفريق الداخلي رؤية ما ينجح في الوقت الفعلي. توضح الأقسام التالية المنهجية والنطاق والجدول الزمني والاستثمار.

المتطلبات الوظيفية

الأولوية	المتطلب	المعرف
إلزامي	يجب أن يكون إطار قياس موحد عبر القنوات فعالاً قبل إطلاق أي إعلانات مدفوعة	R-01
إلزامي	يجب إنتاج المحتوى الإبداعي للحملة من نظام بصري ورسائل موحد مشترك عبر تنسيقات التواصل الاجتماعي وتلفاز البث والمؤثرين	R-02
إلزامي	يجب أن تغطي الموجة الأولى من الإعلانات المدفوعة على وسائل التواصل الاجتماعي وتلفاز البث أول ثمانين مدن في مناطق التوصيل	R-03
إلزامي	يجب أن تكون لوحة تقارير حية متاحة لفريق Nectarine الداخلي طوال فترة الحملة	R-04