



WOLFHEAD  
AGENCY

نشرة هرولة

# طفرة شوال

كيف يتحول الاستهلاك إلى فرصة تسويقية

## بعد انتهاء شهر رمضان وعيد الفطر،

في رمضان يرتفع الاستهلاك بدوافع اجتماعية وروحية، ومع نهاية العيد يتجه المستهلك للتوازن بإنفاق أكثر حذرًا

لكن السوق يعيد نشاطه سريعًا عبر "طفرة شوال"؛ فترة قصيرة يرتفع فيها الطلب بدافع التجديد، وتشكل فرصة مهمة للعلامات التجارية لتنشيط المبيعات بأسلوب مختلف



ما هي

# طفرة شوال - وال؟



طفرة شوال هي زيادة ملحوظة في النشاط الشرائي بعد العيد، مدفوعة بـ:

استلام الرواتب

العروض والتخفيضات

رغبة الناس في التغيير والتجديد

العودة للحياة الطبيعية بعد رمضان

# سلوك المستهلك في شوال

خلال هذه الفترة، يتغير سلوك الجمهور ليصبح:

- أكثر انفتاحًا على الشراء
- يبحث عن العروض والقيمة مقابل السعر
- مهتم بالتجديد (ملابس، أثاث، عناية شخصية)
- يميل للأنشطة الاجتماعية والترفيهية

# كيف تستفيد العلامات التجارية؟

## 1- العروض الذكية

تقديم خصومات جذابة بدون الإضرار بقيمة العلامة

## 2- حملات "ما بعد العيد"

تقليل الحواجز النفسية للإنفاق بعد موسم مكلف

## 3- التركيز على التجربة

تعزيز تجربة العميل (داخل المتجر أو أونلاين)

## 4- التسويق العاطفي

الانتقال من روحانية رمضان إلى:

المكافأة

الراحة

الاستمتاع



# نصائح سريعة للعلامات التجارية في شوال

## لا تعيد أسلوب رمضان

جمهورك خرج من مزاج مختلف.. لا تُخاطبه بنفس اللغة

خفف الطابع الديني، وارفع الطابع الحياتي  
انتقل من "الروحانية" إلى "المكافأة، الراحة، والاستمتاع"

تحرك بسرعة  
نافذة شوال قصيرة.. والتأخير يعني فقدان الزخم

قدّم عروضاً واضحة وبسيطة  
المستهلك بعد رمضان أكثر حساسية للسعر.. ولا يملك  
صبراً لتحليل عروض معقدة

**طفرة شوال** ليست مجرد فترة تخفيضات،  
بل فرصة استراتيجية لإعادة جذب العملاء وبناء علاقة مستمرة معهم  
بعد موسم رمضان

# في Wolfhead Agency

مانهروول عبث..