

استراتيجية إطلاق قسم التغذية والمكملات الغذائية

WONDER BEAUTIES - NUTRITION DIVISION LAUNCH
STRATEGY

تقى الكعبي

مدير قسم التغذية

فبراير 2026

الفرصة الاستثنائية أمامنا



ميزّة Wonder Beauties

تمتلك المنصة البنية التحتية اللوجستية والتقنية، بالإضافة إلى قاعدة عملاء مثالية للتوسيع في هذا القطاع الجديد.

\$1.5M

الهدف المالي الرئيسي
صافي مبيعات بحلول نهاية 2028



نمو هائل في السوق

سوق المكملات الغذائية في الشرق الأوسط يبلغ 4.10 مليار دولار بنمو سنوي مركب 10.3%， مما يشير إلى طلب متزايد وفرص واعدة.



فجوة السوق العراقي

غياب منصة موثوقة تجمع بين المنتجات عالية الجودة والاستشارات المتخصصة، مما يترك المستهلكين في حيرة.

”

رؤيتنا

أن تكون الوجهة الأولى والأكثر ثقة في العراق
والمنطقة للحصول على حلول تغذية شخصية
ومنتجات صحية عالية الجودة



رسالتنا

بناء قسم تغذية متكامل يقدم مجموعة منتظمة من المكمّلات الغذائيّة، مدروّمة
بمحتوى تعليمي غني واستشارات متخصصة من خبراء تغذية لتمكين المجتمع صحيّاً.

سوق المكمملات الغذائية ينمو بسرعة

\$4.67B

الحجم المتوقع 2031

فرصة هائلة للتوسيع والاستحواذ على حصة سوقية

10.3%

معدل النمو السنوي

نمو متتسارع متوقع حتى عام 2031

\$4.10B

حجم السوق 2024

سوق المكمملات الغذائية في الشرق الأوسط وأفريقيا

السوق العراقي واعد

سوق الجمال والعناية الشخصية في العراق سيصل إلى 429 مليون دولار في 2025



"السوق العراقي يشهد تحولاً كبيراً نحو المنتجات الطبيعية والصحية، مع وجود فجوة واضحة في المنتصات الموثوقة التي تقدم هذه المنتجات."

اتجاهات السوق العراقي

01

زيادة الوعي الصحي

ارتفاع ملحوظ في الاهتمام بالصحة الوقائية وزيادة الدخل المتاح للاستثمار في العافية.

02

المنتجات الطبيعية

تفضيل متزايد للمنتجات العضوية والخالية من الإضافات الاصطناعية والمكونات الضارة.

03

التجارة الإلكترونية

نمو قنوات البيع عبر الإنترنت حيث يبحث المستهلكون عن الراحة وتنوع الخيارات.

04

التخصيص والحلول الفردية

طلب متزايد على التغذية الشخصية والمكملات المصممة خصيصاً لاحتياجات الفرد.

05

اهتمامات صحية محددة

تركيز خاص على منتجات دعم المناعة، إدارة الوزن، والجمال من الداخل.

"يشهد المستهلك العراقي تحولاً جذرياً نحو الوعي الصحي، مدفوعاً بالرغبة في الوقاية والبحث عن الجودة والمصداقية في المنتجات."

TARGET AUDIENCE

شرائح الجمهور المستهدف

الرياضيون وهوادة اللياقة

سنة 18-40



تعزيز الأداء الرياضي، بناء العضلات، الاستشفاء السريع، زيادة الطاقة.

الأمهات والعائلات

سنة 25-45



صحة الأطفال، النمو الصحي، تعزيز المناعة للعائلة، منتجات آمنة.

النساء المهتممات بالجمال

سنة 25-45



الجمال من الداخل (بشرة، شعر)، إدارة الوزن، الحفاظ على الشباب والحيوية.

الباحثون عن حلول صحية

جميع الأعمار



نقص الفيتامينات، مشاكل المفاصل، ضعف المناعة، مشاكل الجهاز الهضمي.

[عرض القيمة الفريدة](#)

للمستهلك العراقي الذي يبحث عن حلول صحية موثوقة، قسم التغذية في Wonder Beauties هو المنصة الوحيدة التي تجمع بين:



التكامل والراحة

تجربة تسوق سلسة ومتكاملة داخل تطبيق Wonder Beauties داخل تطبيق الموثوق.



الجودة والفعالية

منتجات منتظمة بعناية ومعتمدة من قبل فريق الخبراء لضمان النتائج.



التخصيص والإرشاد

تقديم استشارات تغذية شخصية عبر الإنترنت لمساعدة العملاء على اختيار الأنسب.



الثقة والمصداقية

الاستفادة من خبرة ومصداقية تقى الكعبي كأخصائية تغذية معروفة لبناء ثقة فورية.

الأهداف الاستراتيجية

STRATEGIC GOALS



النمو والانتشار

ريادة السوق

المركز الأول في المكملاط عبر الإنترنت



الهدف المالي (2028)

\$15,000,000

صافي مبيعات القسم السنوية



بناء المجتمع

+100,000 متابع

بناء مجتمع نشط بحلول السنة الثانية



تطوير المنتجات

+3 منتجات خاصة

إطلاق علامة تجارية خاصة (2028-2026)

استراتيجية المنتجات على 3 مراحل



المرحلة الثالثة: الريادة

الأشهر 19-36

+150

منتج

خط متكمال من المنتجات الخاصة، شراكات حصرية، والسيطرة على حصة سوقية كبيرة.

المرحلة الثانية: التوسيع

الأشهر 7-18

50-70

منتج

توسيع الفئات لتشمل الرياضيين والأطفال، وإطلاق أول منتج بعلامة تجارية خاصة.

المرحلة الأولى: الإطلاق

(MVP) الأشهر 1-6

15-20

منتج

التركيز على التحقق من السوق، بناء الثقة، وإطلاق المنتجات الأساسية الأكثر طلباً.

المرحلة الأولى: الإطلاق الأولي

الاستشارات

إطلاق خدمة الاستشارة الغذائية الأساسية عبر الإنترنت (مدفوعة)
لتقييم الاحتياجات وتقديم التوصيات.

المحتوى التعليمي

نشر محتوى يومي على وسائل التواصل الاجتماعي يركز على فوائد
المكونات وتصحيح المفاهيم.

المنتجات (20-25 منتج)

مكملات الجمال

كولاجين، بيوتين، حمض الهيالورونيك، فيتامين E

إدارة الوزن

حارقات دهون طبيعية، مثبّطات الشهية، بدائل الوجبات

الطاقة والنشاط

فيتامين ب المركب، مكملات الطاقة الطبيعية

الصحة العامة

فيتامين د، فيتامين سي، أوميغا 3، ملتي فيتامين للنساء

المراحلة الثانية والثالثة

الريادة والابتكار

الأشهر 36-19

توسيع شامل (150+)

الوصول إلى أكثر من 150 منتجًا مع شراكات حصرية.

خط منتجات متكامل

إطلاق خط من 3-5 منتجات خاصة للاحتياجات الرئيسية.

التقنية والمجتمع

نظام تقييم صحي آلي، برامج عضوية وبودكاست متخصص.

التوسيع والنمو

الأشهر 18-7

توسيع المنتجات (70-50)

إضافة فئات التغذية الرياضية، صحة المرأة، وصحة الأطفال.

أول منتج خاص (Private Label)

تطوير وإطلاق أول منتج يحمل علامة Wonder Beauties.

خدمات متقدمة

باقة استشارية وخطط تغذية مخصصة مدفوعة.

PRODUCT CATEGORIES

فئات المنتجات وهوامش الربح

الفئة	الم المنتجات الرئيسية	الشرحة المستهدفة	هامش الربح
مكملات الجمال	كولاجين، بيوتين، حمض الهيالورونيك	النساء 45-25	45-55%
إدارة الوزن	حارقات دهون طبيعية، مثبطات الشهية	الجميع 45-25	40-50%
الصحة العامة	ملي فيتامين، أوميغا 3، فيتامين د	جميع الشرائح	35-45%
التغذية الرياضية	بروتين، كرياتين، BCAA	الرياضيون	30-40%

استراتيجية الدخول إلى السوق



ما بعد الإطلاق

مستمر

- **برنامج الولاء**
إطلاق نظام النقاط والمكافآت لاحفاظ على العملاء.
- **قصص النجاح**
مشاركة تجارب ونتائج حقيقة للعملاء لبناء الثقة.
- **تحسين المحرّكات (SEO)**
بناء مدونة قوية تستهدف الكلمات المفتاحية الصحيحة.



الإطلاق الرسمي

الأسبوع الأول

- **حملة المؤثرين**
تفعيل 5-10 مؤثرين لاستعراض "صندوق الإطلاق".
- **الوصول المبكر**
فتح المتجر لقائمة الانتظار قبل 24 ساعة مع خصم خاص.
- **عروض الإطلاق**
خصم 15% لجميع العملاء وعروض "اشترِ واحصل على استشارة".



ما قبل الإطلاق

6 أسابيع قبل الإطلاق

- **حملة تشويقية**
تفى الكعبى تبدأ التلميح لـ "شيء كبير" وتجمع روى الجمهور.
- **قائمة الانتظار**
إطلاق صفحة هبوط لجمع بيانات المهتمين مقابل وصول مبكر.
- **محتوى تعليمي**
نشر محتوى مكثف حول المشاكل الصحية لتنقيف السوق.

03

02

01

قنوات التسويق الرئيسية



الإعلانات المدفوعة

حملات Meta Ads مستهدفة وإعادة استهداف.



وسائل التواصل الاجتماعي

تواجد قوي على Instagram وTikTok بمحظى تفاعلي.



التسويق عبر المؤثرين

مصداقية تقى الكعبي +5-10 مؤثرين متخصصين.



تحسين محركات البحث (SEO)

مدونة تستهدف كلمات مفتاحية صحية لجذب زوارات.



البريد الإلكتروني

نشرات أسبوعية مخصصة حسب اهتمامات العملاء.



التسويق بالمحظى

مقالات وفيديوهات تعليمية وجلسات مباشرة.

ORGANIZATIONAL STRUCTURE

الهيكل التنظيمي والفريق



FINANCIAL TARGETS (CONTRACT CLAUSE 7.3)

أهداف المبيعات السنوية (2026-2028)

FY 2028

\$15M

الهدف السنوي



\$1.5M

KPI



Leader

قيادة السوق

الوصول إلى 15 مليون دولار وتحقيق KPI الشخصي (1.5 مليون) لضمان المكافآت.

FY 2027

\$7M

الهدف السنوي



Scale

توسيع السوق



7X

نمو هائل

قفزة نوعية إلى 7 مليون دولار عبر توسيع قاعدة المنتجات ودخول أسواق جديدة.

FY 2026

\$1M

الهدف السنوي



30%

عمولة المبيعات



MVP

مرحلة الإطلاق

تحقيق مليون دولار في السنة الأولى من خلال إطلاق المنتجات الأساسية (MVP).

تحليل المخاطر واستراتيجيات التخفيف



سلسل الإمداد والتخزين

مخاطر تلف المنتجات الحساسة للحرارة أثناء الشحن أو التخزين، وتأخر وصول الشحنات.



التحديات التنظيمية

تأخيرات محتملة في تسجيل المنتجات الجديدة لدى وزارة الصحة أو تغيرات مفاجئة في لوائح الاستيراد.



المنافسة والمنتجات المقلدة

السوق العراقي يعاني من انتشار المنتجات المقلدة وحروب الأسعار التي قد تؤثر على الهوامش الربحية.

استراتيجية التخفيف

التعاقد مع مخازن مكيفة محلياً وتتنوع الموردين لضمان استقرارية المخزون.

استراتيجية التخفيف

تعيين مسؤول علاقات حكومية متخصص والبدء في إجراءات التسجيل قبل 3 أشهر من الإطلاق.

استراتيجية التخفيف

التركيز المطلق على "الثقة" من خلال العلامة الشخصية لتقى الكعبي وضمان الجودة 100%.

IMPLEMENTATION TIMELINE

الجدول الزمني للتنفيذ (6 أشهر)



KEY SUCCESS FACTORS

عوامل النجاح الرئيسية

المحتوى التعليمي

قيادة السوق من خلال التسقيف وليس البيع فقط، مما يبني ولاءً طويلاً الأمد.



التكامل السلس

تجربة مستخدم موحدة داخل تطبيق Wonder Beauties تجمع بين الجمال والصحة.



المرونة والسرعة

القدرة على التكيف السريع مع اتجاهات السوق وردود فعل العملاء (Agility).



المصداقية والثقة

بناء العلامة التجارية على أساس الخبرة العلمية لتقى الكعبى، مما يميزنا عن المنافسين التجاريين.



التخصيص

الابتعاد عن نهج "مقاس واحد للجميع" وتقديم حلول مخصصة لاحتياجات كل عميل.



الجودة الفائقة

اختيار صارم للمنتجات والموردين لضمان الفعالية والسلامة، وبناء سمعة لا تشوبها شائبة.



NEXT STEPS

الخطوات القادمة

توظيف منسق المشروع

البدء في إجراءات تعيين منسق المشروع بدوام كامل لدعم العمليات.

02

اجتماع الانطلاق (Kick-off)

عقد اجتماع مع فريق التكنولوجيا والتسويق لوضع الجدول الزمني التفصيلي.

04

الموافقة على الاستراتيجية والميزانية

اعتماد خطة العمل والميزانية المقترحة للبدء الفوري في التنفيذ.

01

تفعيل الشراكات

التواصل الرسمي مع الموردين المختارين وشركات الشحن لتأمين العقود.

03

"نحن جاهزون لتحويل هذه الرؤية إلى واقع وقيادة سوق المكملات الغذائية في العراق."

شكراً لكم

"معاً، سنبني الوجهة الأولى والموثوقة للصحة والجمال في العراق، ونقود تغييراً حقيقياً في حياة عملائنا."

تقى الكعبي

المدير التنفيذي لقسم التغذية

Wonder Beauties Nutrition Category