

استراتيجية إطلاق قسم التغذية والمكملات الغذائية

WONDER BEAUTIES - NUTRITION DIVISION LAUNCH
STRATEGY

تقى الكعبي

مدير قسم التغذية

فبراير 2026

الفرصة الاستثنائية أمامنا



ميزة Wonder Beauties

تمتلك المنصة البنية التحتية اللوجستية والتقنية، بالإضافة إلى قاعدة عملاء مثالية للتوسع 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 نكون الوجهة الأولى والأكثر ثقة في العراق
والمنطقة للحصول على حلول تغذية شخصية
ومنتجات صحية عالية الجودة

رسالتنا

بناء قسم تغذية متكامل يقدم مجموعة منتقاة من المكملات الغذائية، مدعومة
بمحتوى تعليمي غني واستشارات متخصصة من خبراء تغذية لتمكين المجتمع صحياً.

سوق المكملات الغذائية ينمو بسرعة

\$4.67B

الحجم المتوقع 2031

فرصة هائلة للتوسع والاستحواذ على حصة سوقية

10.3%

معدل النمو السنوي

نمو متسارع متوقع حتى عام 2031

\$4.10B

حجم السوق 2024

سوق المكملات 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 المنصات الموثوقة التي تقدم هذه المنتجات."

اتجاهات السوق العراقي

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

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.

TARGET AUDIENCE

شرائح الجمهور المستهدف

الرياضيون وهواة اللياقة

18-40 سنة



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

النساء المهتمات بالجمال

25-45 سنة



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

الأمهات والعائلات

25-45 سنة



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

الباحثون عن حلول صحية

جميع الأعمار



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

عرض القيمة الفريد

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
الموثوق.



الجودة والفعالية

منتجات منتقاة 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.



النمو والانتشار

ريادة السوق

المركز الأول في المكملات 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 (2026-2028)

استراتيجية المنتجات على 3 مراحل

المرحلة الثالثة: الريادة

الأشهر 19-36

+150

منتج

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

المرحلة الثانية: التوسع

الأشهر 7-18

50-70

منتج

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

المرحلة الأولى: الإطلاق

الأشهر 1-6 (MVP)

15-20

منتج

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

المرحلة الأولى: الإطلاق الأولي

المنتجات (15-20 منتج)

مكملات الجمال

كولاجين، بيوتين، حمض الهيالورونيك، فيتامين E

الصحة العامة

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

إدارة الوزن

حارق دهن طبيعي، مثبطات الشهية، بدائل الوجبات

الطاقة والنشاط

فيتامين ب المركب، مكملات الطاقة الطبيعية

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.

المرحلة الثانية والثالثة

الريادة والابتكار

الأشهر 19-36

توسيع شامل (+150) 🏢

الوصول إلى أكثر من 150 منتجاً 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.

التوسع والنمو

الأشهر 7-18

توسيع المنتجات (50-70) 📦

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

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

استراتيجية الدخول إلى السوق



ما بعد الإطلاق

مستمر

- **برنامج الولاء**
إطلاق نظام النقاط والمكافآت للحفاظ على العملاء.
- **قصص النجاح**
مشاركة تجارب ونتائج حقيقية للعملاء لبناء الثقة.
- **تحسين المحركات (SEO)**
بناء مدونة قوية تستهدف الكلمات المفتاحية الصحية.

03



الإطلاق الرسمي

الأسبوع الأول

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

02



ما قبل الإطلاق

6 أسابيع قبل الإطلاق

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

01

قنوات التسويق الرئيسية



الإعلانات المدفوعة

حملات Meta Ads مستهدفة وإعادة استهداف.



وسائل التواصل الاجتماعي

تواجد قوي على Instagram و TikTok بمحتوى تفاعلي.



التسويق عبر المؤثرين

مصادقية تقى الكعبي + 10-5 مؤثرين متخصصين.



تحسين محركات البحث (SEO)

مدونة تستهدف كلمات مفتاحية صحية لجذب زيارات.



البريد الإلكتروني

نشرات أسبوعية مخصصة حسب اهتمامات العملاء.



التسويق بالمحتوى

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 الشخصي



Leader

قيادة السوق

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

FY 2027

\$7M

الهدف السنوي



Scale

توسع 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



سلاسل الإمداد والتخزين

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

استراتيجية التخفيف

التعاقد مع مخازن مكيفة محلياً وتنويع الموردين لضمان استمرارية المخزون.



التحديات التنظيمية

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

استراتيجية التخفيف

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



المنافسة والمنتجات المقلدة

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

استراتيجية التخفيف

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

IMPLEMENTATION TIMELINE

الجدول الزمني للتنفيذ (6 أشهر)

الأشهر 2-1

01 التأسيس والتعاقد

الأسابيع 4-1

توظيف منسق المشروع وتشكيل الفريق الأساسي.

الأسابيع 6-5

تحليل السوق النهائي واختيار قائمة المنتجات الأولية.

الأسابيع 8-7

توقيع العقود مع الموردين الرئيسيين وشركات الشحن.

الأشهر 4-3

02 التجهيز والامتثال

الأسابيع 12-9

البدء في إجراءات التسجيل الصحي للمنتجات المستوردة.

الأسابيع 14-13

تطوير وتجهيز قسم التغذية داخل تطبيق Wonder Beauties.

الأسابيع 16-15

وصول الدفعة الأولى من المخزون وتخزينها.

الأشهر 6-5

03 التسويق والإطلاق

الأسابيع 20-17

إنتاج المحتوى التسويقي وإطلاق الحملة التسويقية.

الأسابيع 22-21

الإطلاق التجريبي (Soft Launch) للأصدقاء والعائلة.

الأسابيع 24-23

الإطلاق الرسمي الكبير وبدء المبيعات.

KEY SUCCESS FACTORS

عوامل النجاح الرئيسية

المحتوى التعليمي

قيادة السوق من خلال التثقيف وليس البيع فقط، مما يبني ولائاً 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 الكعبي، 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

01 الموافقة على الاستراتيجية والميزانية

اعتماد خطة العمل والميزانية المقترحة للبدء الفوري في التنفيذ.

02 توظيف منسق المشروع

البدء في إجراءات تعيين منسق المشروع بدوام كامل لدعم العمليات.

03 تفعيل الشراكات

التواصل الرسمي مع الموردين المختارين وشركات الشحن لتأمين العقود.

04 اجتماع الانطلاق (Kick-off)

عقد اجتماع مع فريق التكنولوجيا والتسويق لوضع الجدول الزمني التفصيلي.

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

شكراً لكم

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

تقى الكعبي

المدير التنفيذي لقسم التغذية

Wonder Beauties Nutrition Category