

# **مشروع منصة الحرف اليدوية - عُمان**

## **1. الملخص التنفيذي**

### **1.1 نظرة عامة على المشروع**

يُعد مشروع منصة الحرف اليدوية منصة رقمية متكاملة تهدف إلى الحفاظ على الحرف اليدوية العُمانية، والترويج لها، وتسييقها تجاريًا من خلال الرابط العباشر بين الحرفيين والحرفيات في عُمان وبين المشترين محليًا ودولياً. تعمل المنصة نظاماً مركزياً لعرض المنتجات المصنوعة يدوياً الأصلية، مع ضمان دخل عادل ومستدام للحرفيين.

يعماسي المشروع بشكل وثيق مع أهداف عُمان في حفظ الموروث الثقافي، ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتعزيز الاقتصاد الرقمي، إضافة إلى الاستفادة من الطلب العالمي المتزايد على المنتجات الأصلية، الأخلاقية، والمصنوعة يدوياً.

### **1.2 الرؤية والرسالة**

#### **الرؤية:**

أن تصبح المنصة الرقمية الرائدة للحرف اليدوية العُمانية، والمعترف بها عالمياً من حيث الأصالة، والجودة، والهوية الثقافية.

#### **الرسالة:**

تمكين الحرفيين من خلال التكنولوجيا، وتوفير وصول مباشر إلى الأسواق العالمية، وضمان تسعير عادل، والحفاظ على الحرف التقليدية العُمانية للأجيال القادمة.

### **1.3 ملخص نموذج العمل**

ستعمل المنصة نظام سوق إلكتروني متعدد البائعين، يتيح للحرفيين والجمعيات المسجلة عرض وبيع وشحن منتجاتهم من خلال منصة رقمية موحدة تحمل علامة تجارية واحدة.

**مصادر الإيرادات:** - عمولة على المبيعات (10% - 20%) - إدراجات مميزة للحرفيين - طلبات B2B بالجملة والهدايا المؤسسية - شراكات التصدير والسياحة

### **1.4 السوق المستهدف**

- المستهلكون المحليون الباحثون عن منتجات عُمانية أصلية
- السياح (الشراء قبل الزيارة وبعدها)
- المشترون الدوليون المهتمون بالمنتجات اليدوية
- الشركات والمؤسسات (الهدايا والهوية الثقافية)

### **1.5 الأهمية الاستراتيجية**

- دعم الحرفيين في المناطق الريفية والأعمال المنزلية
- الحفاظ على المهارات التقليدية المهددة بالاندثار
- خلق فرص دخل مستدامة

- تعزيز العلامة الثقافية العمانيّة عالميًّا

### 1.6 لمحـة مـالية عـامـة (تقـديرـية)

- تكلفة تطوير المنصة التقـديرـية: 30,000 - 15,000 ريال عماني
- تكلفة الإعداد التشـغـيلي الأولـي: 10,000 - 5,000 ريال عماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعـادـل: 24 - 36 شـهـراً
- قـابلـيـة التـوـسـع: مـرـتفـعـة (نموذج رقمـيـ بالـدـرـجـة الأولـيـ)

## 2. تفاصـيل المـشـروع - الأـهـدـاف، عـرـض الـقيـمة، خـصـائـص المـنـصـة وأـصـاحـابـ المـصلـحة

### 2.1 أـهـدـاف المـشـروع

**الأـهـدـاف قـصـيرـة المـدـى (الـسـنة الأولـيـ):** - تسـجـيل شـرـكـة المـنـصـة فـي عـمـان (مـؤـسـسـة فـرـديـة SPC أو شـرـكـة ذات مـسـؤـولـيـة مـحـدـودـة LLC) عـبـر مـرـكـز سـند - تـطـوـير وإـطـلاـق الحـد الأـدـنـى من المـنـصـة القـابـلـة للـتـشـغـيل (MVP) - استـقطـاب وـتوـثـيق 100-150 حـرـفـياً عـمـانـيـاً - رقمـنة ما لا يـقـلـ عن 500 منـتج حـرـفـيـ أـصـيـل - إـبرـام شـرـاكـات مع مـزوـدي خـدـمـات الدـفـعـة والـخـدـمـات اللـوـجـسـتـيـة

**الأـهـدـاف مـتوـسـطـة المـدـى (الـسـنـتان 2-3):** - توـسيـع قـاعـدةـ الـحـرـفـيـنـ إـلـىـ أـكـثـرـ مـنـ 500 بـأـئـعـ فـيـ جـمـيعـ الـمـحـافـظـاتـ - إـطـلاـق تـطـبـيقـاتـ الـهـوـاـفـ الذـكـرـيـةـ (أنـدـروـيد وـOSـ) - تـفـعـيلـ الشـدـنـ الدـولـيـ وـدـعـمـ الـعـمـلـاتـ الـمـتـعـدـدـةـ - استـقطـابـ عـملـاءـ B2Bـ للـهـدـاياـ الـمـؤـسـسـيـةـ وـالـطـلـبـاتـ بـالـجـمـلـةـ

**الأـهـدـاف طـوـيـلة المـدـى (الـسـنـوات 4-5):** - أـنـ تـصـبـحـ المـنـصـةـ الـبـوـاـبـةـ الرـئـيـسـيـةـ لـتـصـدـيرـ الـحـرـفـ الـيـدوـيـةـ العـمـانـيـةـ - إـدخـالـ تقـنيـاتـ السـرـدـ الـقـصـصـيـ عـبـرـ AR/VRـ وـالـمـعـارـضـ الـاـفـتـرـاضـيـةـ - تـأـسـيـسـ شـرـاكـاتـ إـقـلـيمـيـةـ (دولـ الـخـلـيجـ وـالـأـسـوـاقـ الـعـالـمـيـةـ) - تـرـسـيـخـ المـنـصـةـ كـلـمـةـ ثـقـافـيـةـ وـطـنـيـةـ

### 2.2 عـرـض الـقيـمة

**لـالـحـرـفـيـنـ:** - وـصـولـ مـباـشـرـ إـلـىـ السـوقـ دونـ وـسـطـاءـ - تـسـعـيرـ عـادـلـ وـشـفـافـ - وـاجـهـاتـ عـرـضـ رـقـمـيـةـ معـ دـعـمـ لـلـعـلـامـةـ الـشـخـصـيـةـ - تـدـريـبـ عـلـىـ التـسـعـيرـ، التـصـوـيرـ، وـالتـغـلـيفـ - وـصـولـ مـطـلـيـ وـدـولـيـ

**لـالـعـلـمـاءـ:** - ضـمانـ أـصـالـةـ الـحـرـفـ الـيـدوـيـةـ العـمـانـيـةـ - مـلـفـاتـ حـرـفـيـنـ مـوـثـقـةـ وـقـصـصـ مـنـشـأـ وـاضـحةـ - مـدـفـوعـاتـ آـمـنـةـ وـتـسـلـيمـ موـثـوقـ - وـصـولـ إـلـىـ مـنـتـجـاتـ حـصـرـيـةـ وـإـصـدـارـاتـ مـحـدـودـةـ

**لـلـمـؤـسـسـاتـ وـالـشـرـكـاءـ:** - وـصـولـ منـظـمـ إـلـىـ شبـكـاتـ الـحـرـفـيـنـ - تـتـبعـ الأـثـرـ وـالتـقارـيرـ - حـفـظـ التـرـاثـ الثـقـافـيـ عـلـىـ نـطـاقـ وـاسـعـ

### 2.3 خـصـائـص المـنـصـةـ وـالـوـحدـاتـ الـوـظـيفـيـةـ

**الـخـصـائـصـ الـأـسـاسـيـةـ لـلـسـوقـ:** - قـوـائـمـ مـنـتـجـاتـ مـتـعـدـدـةـ الـبـائـعـينـ - مـلـفـاتـ تـعـرـيـفـ لـلـحـرـفـيـنـ معـ قـصـصـ الـحـرـفـةـ - تـصـنـيـفـ الـمـنـتـجـاتـ حـسـبـ الـمـنـطـقـةـ وـنـوـعـ الـحـرـفـةـ - التـقـيـيـعـاتـ وـالـمـرـاجـعـاتـ

**التجارة والعمليات:** - بوابة دفع آمنة ( محلية ودولية) - نظام إدارة الطلبات - تنبيةات المخزون - أتمتة العمولات والمدفوعات للحرفيين

**الخدمات اللوجستية والتنفيذ:** - تكامل مع شركات الشحن ( محلياً ودولياً) - تتبع الطلبات بشكل فوري - دعم التغليف ووثائق التصدير

**الثقة والامتثال:** - آلية توثيق الحرفيين والانضمام - وسوم وشهادات الأصالة - آلية فض النزاعات

**تحسينات مستقبلية:** - تطبيقات الجوال (أندرويد/iOS) - دعم لغات متعددة (العربية / الإنجليزية) - معاينات منتجات بتقنية الواقع المعزز وجولات افتراضية

## 2.4 منظومة أصحاب المصلحة

**أصحاب المصلحة الأساسيون:** - الحرفيون الأفراد والجمعيات - مالك/مشغل المنصة - العملاء ( محلياً ودولياً)

**أصحاب المصلحة الثانويون:** - شركات الشحن والخدمات اللوجستية - مزودو خدمات الدفع - الجهات الحكومية والمؤسسات الثقافية - هيئات السياحة والتصدير

## 2.5 العيزة التنافسية

- تركيز عميق على الأصالة الثقافية (وليس سوقاً عاماً)
- توافق قوي مع المبادرات الحكومية
- دعم شامل للحرفيين من البداية إلى البيع
- بنية رقمية قابلة للتتوسيع

---

## 3. تحليل SWOT - نقاط القوة والمخاطر والفرص

### 3.1 نقاط القوة

#### تميّز ثقافي قوي

تتمحور المنصة حول الحرف اليدوية العمانية الأصيلة، والهوية الثقافية، وسرد القصص، مما يمنحها تميّزاً واضحًا مقارنة بمنصات التجارة الإلكترونية العامة.

#### أثر اجتماعي واقتصادي مرتفع

تُسهم المنصة بشكل مباشر في تمكين الحرفيين في المناطق الريفية والأعمال المنزلية، خصوصًا النساء، وتعزز النمو الاقتصادي الشامل.

#### نموذج عمل رقعي قابل للتتوسيع

بعد بناء المنصة الأساسية، يصبح استقطاب حرفيين وعملاء جدد ذات تكلفة هامشية منخفضة نسبيًا.

#### تواافق حكومي ومؤسسي

يتناهش المشروع مع مستهدفات عمان في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والاقتصاد الرقمي، والسياحة، والحفاظ على التراث الثقافي.

## **تنوع مصادر الإيرادات**

تعدد قنوات الدخل من العمولات، وطلبات B2B، والإدراجات المميزة، والشراكات يقلل الاعتماد على مصدر واحد.

## **3.2 نقاط الضعف**

### **ضعف الإعلام الرقمي لدى بعض الحرفيين**

قد يفتقر بعض الحرفيين إلى الخبرة التقنية، ما يستدعي برامج تأهيل وتدريب مخصصة.

### **تحديات الجودة والتوجيه**

الحفاظ على مستوى ثابت من الجودة، والتغليف، ومواعيد التسليم قد يكون صعباً مع بائعين متفرقين.

### **حاجز الثقة في المراحل الأولى**

بناء الثقة لدى المشترين الدوليين يحتاج إلى وقت، خصوصاً لعلامة جديدة.

### **تعقيد العمليات اللوجستية**

شحن المنتجات الهشة ومتطلبات التصدير تزيد من التعقيد التشغيلي.

## **3.3 الفرص**

### **تضاعف الطلب العالمي على المنتجات الأخلاقية والمصنوعة يدوياً**

يزداد اهتمام المستهلكين الدوليين بالأصالة والاستدامة والترااث الثقافي.

### **تكامل السياحة والهوية الثقافية**

إمكانية استمرار الشراء بعد زيارة عُمان يعزز القيمة طويلة الأجل للعملاء.

### **برامج الهدايا المؤسسية والحكومية**

فرص قوية للطلبات بالجملة المرتبطة بالفعاليات الوطنية والعلامات المؤسسية.

### **التوسيع في التصدير والتجارة العابرة للحدود**

أسواق دول الخليج والعالم توفر إمكانات نمو كبيرة.

### **السرد القصصي المدعوم بالتقنية**

استخدام تقنيات AR/VR والفيديوهات والمعارض الافتراضية يعزز القيمة المدركة للمنتجات.

## **3.4 التهديدات**

### **المنافسة من المنصات العالمية**

منصات مثل Amazon Handmade وEtsy توفر وصولاً دولياً واسعاً.

### **تكليف وتأخيرات الشحن**

ارتفاع تكاليف الشحن الدولي قد يؤثر على التنافسية السعرية.

### **التغيرات التنظيمية والجمالية**

ارتفاع تغير متطلبات التصدير والجمارك.

**مخاطر التقليد وعدم الأصالة**  
دخول منتجات غير أصلية دون آليات توثيق صارمة.

### 3.5 الدلالات الاستراتيجية

- التركيز المبكر على السرد القصصي وبناء العلامة والشراكات المؤسسية مبرر بقوة.
- النهاية إلى برنامج تدريب للحرفيين وأطر صارمة لمراقبة الجودة.
- ضرورة التميّز عبر شهادات الأصالة والاستهداف الانتقائي للأسواق.

## 4. التوقعات المالية - تكاليف المنصة، نموذج الإيرادات وتوقعات خمس سنوات

جميع الأرقام تقديرية ومحافظة ومذكورة بالريال العماني.  
تعتمد التوقعات على الإطلاق المرحلي، والتبني التدريجي، والانضباط في إدارة التكاليف.

### 4.1 تكاليف الإعداد والتطوير لمرة واحدة

#### أولاً: تسجيل الشركة والإعداد القانوني (عمان)

- جزء الاسم التجاري: 10 - 20 ريال عماني (وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار)
- السجل التجاري: 30 - 150 ريال عماني (رسوم مخضضة)
- غرفة تجارة وصناعة عمان: 100 - 200 ريال عماني (سنة إلى سنتين)
- رسوم خدمات سند: 50 - 100 ريال عماني (تختلف حسب المركز)
- الرخصة البلدية: 50 - 150 ريال عماني (نشاط تقني/مكتبي)

**إجمالي الإعداد القانوني:** 100 - 500 ريال عماني (LLC أو SPC)

#### ثانياً: تكاليف تطوير المنصة (المراحل الأولى)

- تصميم تجربة المستخدم والهوية البصرية: 4,000 - 2,000
- تطوير منصة الويب: 15,000 - 8,000
- لوحات تحكم الإدارة والبائعين: 5,000 - 3,000
- دمج بوابة الدفع: 1,500 - 800
- الأمن، ضمان الجودة والاختبارات: 2,000 - 1,000
- الاستضافة وتهيئة البنية السحابية: 1,000 - 500

**إجمالي التطوير:** 15,000 - 28,500 ريال عماني

#### ثالثاً: ما قبل الإطلاق ورقمنة المحتوى

- استقطاب وتدريب الحرفيين: 2,000 - 1,000
- تصوير المنتجات وإعداد المحتوى: 3,000 - 1,500
- التسويق قبل الإطلاق: 1,000 - 500
- السياسات القانونية والامتثال: 1,000 - 500

**إجمالي ما قبل الإطلاق:** 3,500 - 7 ريال عُماني

**إجمالي الاستثمار الأولي التقديرية:** - الحد الأدنى: ~ 19,000 ريال عُماني - الحد الأعلى: ~ 36,000 ريال عُماني

## 4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية المستمرة

- رواتب الفريق الأساسي (4-6 موظفين): 3,500 - 2,000
- الاستضافة السحابية والبنية التحتية: 300 - 150
- صيانة المنصة والتحديثات: 300 - 600
- التسويق والنمو: 700 - 300
- دعم العملاء والعمليات: 400 - 200
- مكتب فعلي أو افتراضي: 300 - 150
- مصروفات متنوعة واحتياطي: 400 - 200

**إجمالي المصروفات التشغيلية الشهرية:** 3,300 - 6,200 ريال عُماني

## 4.3 افتراضات نموذج الإيرادات

**مصادر الإيرادات الأساسية:** - عمولة على المبيعات بنسبة 10% - 20% - متوسط قيمة الطلب: 20 - 35 ريال عُماني

**إيرادات إضافية:** - إدراجات مميزة وحملات ترويجية للحرفيين - طلبات B2B والهدايا المؤسسية

## 4.4 توقعات الإيرادات (السنوات 3-1)

- عدد الحرفيين النشطين: 120 (السنة 1) / 300 (السنة 2) / 600 (السنة 3)
- عدد الطلبات الشهرية: 2,500 / 1,200 / 400
- متوسط قيمة الطلب: 28 / 25 / 22 ريال عُماني
- إجمالي حجم المبيعات السنوي (GMV): 105,600 / 360,000 / 840,000 ريال عُماني

**الإيرادات:** - إيرادات العمولات: 15,800 / 54,000 - إيرادات أخرى: 4,000 / 12,000 / 30,000 - إجمالي الإيرادات: 134,400 / 66,000 / 19,800 ريال عُماني

## 4.5 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

- السنة 1: 20,000 ريال عُماني (خسارة - مرحلة استثمار)
- السنة 2: 66,000 ريال عُماني (قريب من نقطة التعادل)
- السنة 3: 165,000 ريال عُماني (ربح)
- السنة 4: 320,000 - 250,000 ريال عُماني (ربحية قوية)
- السنة 5: +400,000 ريال عُماني (فأضف قابل للتتوسيع)

## 4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط المصروفات الشهرية: 4,500 - 5,000 ريال عُماني
- الإيرادات الشهرية المطلوبة للتعادل: 5,000 - 6,000 ريال عُماني

**الفترة المتوقعة للوصول إلى نقطة التعادل:** 24 - 36 شهراً

## 4.7 استراتيجية الاستدامة المالية

- فريق عمل مرن في السنوات الأولى
- التركيز على الطلبات المؤسسية ذات الهوامش المرتفعة
- التوسيع الدولي التدريجي
- إعادة استثمار الأرباح في نمو الحرفيين

## 5. تحليل العملاء والحرفيين - التقسيم، السلوك واستراتيجية التبني

### 5.1 تحليل الحرفيين (البائعين)

#### أولاً: شرائح الحرفيين

**الحرفيون في المناطق الريفية والأعمال المنزلية** - أفراد ينتجون الحرف اليدوية من المنازل أو القرى - يعتمدون غالباً على الأسواق المحلية أو الوسطاء - تعرض رقمي محدود لكن أصالة حرفيية عالية

**الجمعيات والتعاونيات الحرفية** - مجموعات منظمة ومدعومة من جهات أهلية أو مبادرات محلية - قدرة إنتاجية أعلى - مستوى أفضل من توحيد الجودة

**المشاريع الحرفية الصغيرة** - مؤسسات صغيرة شبه رسمية تمتلك علامات بسيطة وإنناجاً متكرراً - جاهزة للتتوسيع والتصدير

#### ثانياً: احتياجات الحرفيين ونقاط الألم

**الاحتياجات:** - تسعير عادل ووصول مباشر للعملاء - طلب متوقع واستقرار في الدخل - دعم في التغليف، وبناء العلامة، والخدمات اللوجستية - أدوات رقمية بسيطة وسهلة الاستخدام

**نقاط الألم التي تعالجها المنصة:** - الاعتماد على الوسطاء - محدودية الوصول إلى الأسواق - الضغط على الأسعار - الطلب غير المستقر

## 5.2 استراتيجية استقطاب الحرفيين وتبني المنصة

- تسجيل وتوثيق بمساعدة مباشرة
- مذويات تعريفية ميدانية بالتعاون مع الشركاء المحليين
- لوحات تحكم سهلة الاستخدام (العربية وأولى)
- وحدات تدريبية (التسعير، التصوير، تنفيذ الطلبات)
- فريق دعم مخصص للحرفيين

### 5.3 تحليل العملاء (المشترين)

#### شرائح العملاء:

**العملاء المحليون** - مقيمون يبحثون عن منتجات عمانية أصلية - الشراء للاستخدام المنزلي، والهدايا، والاعتزاز بالهوية

**السياح (قبل الزيارة وبعدها)** - شراء التذكارات والمنتوجات الثقافية - يفضلون الشحن السهل وضمان الأصالة

**المشترون الدوليون** - مهتمون بالمنتوجات الأخلاقية، اليدوية، والغنية ثقافياً - يقدّرون السرد القصصي وشهادات الأصالة

**العملاء المؤسسيون (B2B)** - هدايا بالجملة للفعاليات والمؤتمرات ومبادرات المسؤولية الاجتماعية

#### **5.4 سلوك العملاء ومحفظات الشراء**

- الثقة وشهادات الأصالة
- قصص الحرفيين ووضوح مصدر المنتج
- صور عالية الجودة وأوصاف دقيقة
- شفافية الأسعار وتكليف الشحن

**وتيرة الشراء:** - المشترون الأفراد: شراء غير متكرر لكن بقيمة أعلى - المشترون المؤسسيون: طلبات دورية بالجملة

#### **5.5 استراتيجية بناء الثقة والاحتفاظ بالعملاء**

- شارات توثيق للحرفيين
- شهادات أصالة مع المنتجات
- تقييمات ومراجعات العملاء
- سياسة إرجاع سهلة وآلية فض نزاعات
- تحديات الطلب عبر البريد الإلكتروني وواتساب

#### **5.6 تأثير الشبكة ومنطق نمو العنصرة**

- زيادة عدد الحرفيين — تنوع أكبر في المنتجات
- زيادة عدد المشترين — دخل أعلى للحرفيين
- قصص ناجح أكبر — تسارع استقطاب الحرفيين

ينتج عن ذلك نظام بيئي متكامل ذاتي التعزيز مع مرور الوقت.

---

## **6. خطة التسويق والنمو المخصصة - من الإطلاق إلى التوسيع**

### **6.1 استراتيجية الدخول إلى السوق (إطلاق مرحلتي)**

**المرحلة الأولى: الإطلاق التجريبي (الأشهر 1-6)** - النطاق الجغرافي: مسقط + محافظات مفتارة - استقطاب 100 حرفيًا - كتالوج منتجات منسق (الجودة أولًا) - إطلاق تجريبي محدود بدعوات خاصة للمشترين والمؤسسات

**المرحلة الثانية: التوسيع الوطني (الأشهر 7-18)** - توسيع الاستقطاب ليشمل جميع المحافظات - إطلاق تطبيقات الهاتف الذكي (أندرويد أولًا) - تفعيل شراكات لوجستية على مستوى السلطنة - بدء مبيعات B2B بشكل منظم

**المرحلة الثالثة: الوصول الدولي (الأشهر 19-36)** - تفعيل مسارات الشحن الدولي (الخليج، أوروبا، الولايات المتحدة) - دعم الدفع بعملات متعددة - تجهيز التغليف ووثائق التصدير - حملات تسويق رقمية عالمية

## 6.2 استراتيجية استقطاب الحرفيين

- شراكات مع التعاونيات، الجمعيات الأهلية، وقادرة المجتمع
- إحالات من الجهات الحكومية وشبيه الحكومية
- مذيمات تعريفية وجولات ميدانية
- الإحالة عبر قصص النجاح (حرفيون يجذبون حرفيين)

**حواجز الاستقطاب:** - عمولة صفرية لأول 60-90 يوماً - تصوير احترافي مجاني للمنضمين الأوائل - إبراز مميز للحرفيين المؤثرين

## 6.3 استراتيجية استقطاب المشترين

**أولاً: المشترون المحليون** - سرد قصصي عبر وسائل التواصل الاجتماعي (رحلة الدرفي) - شراكات مع الفعاليات الثقافية والمتاحف - حملات موسمية (العيد الوطني، الأعياد، المهرجانات)

**ثانياً: السياح** - شراكات مع الفنادق، شركات الطيران، ومنظمي الرحلات - رموز QR في الواقع الثقاقي تقود إلى المنصة - رسائل "اشتر الآن واستلم في بلدك"

**ثالثاً: المشترون الدوليون** - تسويق بالمحظى (مقالات، فيديوهات، وثائقيات) - تعاون مع مؤثرين في مجال الحرف والأزياء الأخلاقية - تحسين مدركات البحث والتواجد في قنوات مختارة

## 6.4 استراتيجية مبيعات B2B والمؤسسات

- فريق مبيعات مخصص لقطاع B2B
- كتالوجات هدايا مؤسسية
- خيارات تغليف وعلامة تجارية مخصصة
- عقود سنوية مع الوزارات، البنوك، والشركات

**التركيز على هوامش مرتفعة:** - هدايا المؤتمرات - برامج المسؤولية الاجتماعية - الفعاليات الوطنية والدولية

## 6.5 بناء العلامة والتواصل

- السرد القصصي الأصيل كرسالة أساسية
- علامة تجارية ثنائية اللغة (عربي / إنجليزي)
- محتوى يقوده الحرفيون (فيديوهات، كواليس العمل)
- تغطية إعلامية وحضور فكري متخصص

## 6.6 توزيع ميزانية التسويق (تقديرية)

- التسويق الرقعي والمحتوى: %40
- استقطاب وتمكين الحرفيين: %25
- الشراكات والفعاليات: %20
- العلاقات العامة والإعلام: %10
- تجارب نمو مبتكرة: %5

## **6.7 مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs)**

- عدد الحرفيين النشطين
  - عدد المشترين النشطين شهرياً
  - إجمالي حجم المبيعات (GMV)
  - معدل التحويل
  - معدل تكرار الشراء
  - نمو دخل الحرفيين
- 

## **7. الخاتمة، الأثر وخارطة التنفيذ**

### **7.1 الأثر الاستراتيجي**

يمثل مشروع منصة الحرف اليدوية بنية رقمية عالية الأثر للاقتصاد الثقافي في عمان، حيث يحقق: - دخلاً مستداماً للحرفيين - حضوراً عالمياً للتراث العماني - صادرات رقمية قابلة للتوسع - حفظاً طوياً للأمد للهوية الثقافية

### **7.2 مؤشرات الأثر الاجتماعي والاقتصادي**

- عدد الحرفيين المنضمين إلى المنصة
- متوسط الزيادة في دخل الحرفيين
- نسبة مشاركة المناطق، الريفية والنساء
- نمو حجم الصادرات

### **7.3 الجدول الزمني التنفيذي عالي المستوى**

- إعداد الشركة والامتثال: 1-2 شهر
- تطوير المنصة: 6-8 أشهر
- الإطلاق التجريبي: 2-3 أشهر
- التوسيع الوطني: من الشهر 7 إلى 18
- التوسيع الدولي: من الشهر 19 إلى 36

### **7.4 الملاحظات الختامية**

تم تصميم هذا المشروع ليكون مستداماً مالياً، وذا أثر اجتماعي عميق، وذا أهمية وطنية استراتيجية. ومن خلال الشراكات المناسبة، والتنفيذ المنضبط، والحكومة القوية، يمكن لمنصة الحرف اليدوية أن تصبح السوق الرقمية الرائدة في عمان لعرض وتسويقي التراث الثقافي الأصيل.