

# كيفية بدء مشروع متجر إضاءة في عُمان

## 1. الملخص التنفيذي

### 1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع متجر الإضاءة في سلطنة عُمان هو مشروع تجاري يركز على بيع حلول الإضاءة السكنية والتجارية والزخرفية. يقدم المتجر مجموعة مختارة بعناية من منتجات الإضاءة الحديثة والموفرة للطاقة والمصممة بذوق عصري، وتشمل إضاءة LED، الثريات، إضاءة الجدران، الإضاءة الخارجية، وحلول الإضاءة الذكية.

يستهدف المشروع القطاعات المتنامية في السلطنة مثل التطوير العقاري، وأعمال التجديد، وقطاع الضيافة، والمشاريع التجارية، مدفوعًا بالنمو الحضري، وبناء الفلل، ومشاريع الشقق السكنية، وتجهيزات المحلات، إضافة إلى ازدياد اهتمام المستهلكين بالتصميم الداخلي وكفاءة استهلاك الطاقة.

### 1.2 الهيكل القانوني للمشروع

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان عبر مركز سند كأحد الشكلين التاليين: - **مؤسسة فردية (SPC)**: مناسبة لمشاريع التجزئة ذات المالك الواحد. - **شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC)**: مناسبة في حال وجود شركاء أو خطط توسع واستيراد.

الرسوم التقديرية للتسجيل والجهات الحكومية: - المؤسسة الفردية (SPC): من 100 إلى 300 ريال عُماني. - الشركة ذات المسؤولية المحدودة (LLC): من 300 إلى 500 ريال عُماني.

(لا تشمل الرسوم التأشيرات، إيجار المحل، أو الاستشارات المتخصصة).

### 1.3 المنتجات والخدمات

- الإضاءة الداخلية (لمبات LED، إضاءة الأسقف، الألواح الضوئية).
- الإضاءة الزخرفية (ثريات، إضاءات معلقة).
- الإضاءة الخارجية وإضاءة الحدائق.
- إضاءة المكاتب والمنشآت التجارية.
- أنظمة الإضاءة الذكية والموفرة للطاقة.
- استشارات إضاءة للمنازل والمشاريع.

### 1.4 السوق المستهدف

- ملاك المنازل والفلل.
- مصممو الديكور والمقاولون.
- المكاتب والمساحات التجارية.
- الفنادق والمقاهي والمطاعم.
- شركات التطوير العقاري.

## 1.5 الميزة التنافسية

- تنوع واسع في المنتجات تحت سقف واحد.
- تركيز قوي على حلول LED والإضاءة الموفرة للطاقة.
- أسعار تنافسية مع موردين موثوقين.
- تقديم إرشادات احترافية في اختيار الإضاءة.
- دعم ما بعد البيع وخدمة العملاء.

## 1.6 لمحة مالية (تقديرية)

- تكلفة التأسيس المتوقعة: من 25,000 إلى 60,000 ريال عُُماني.
- الإيرادات الشهرية المتوقعة: من 4,000 إلى 12,000 ريال عُُماني أو أكثر.
- فترة التعادل المتوقعة: من 18 إلى 24 شهرًا.
- الرؤية لخمس سنوات: التوسع إلى عدة فروع أو نموذج توريد قائم على المشاريع.

## 1.7 الرؤية والرسالة

**الرؤية:** أن يصبح المتجر مزودًا موثوقًا لحلول الإضاءة للمنازل والأعمال في جميع أنحاء سلطنة عُمان.

**الرسالة:** تقديم منتجات إضاءة عالية الجودة، موفرة للطاقة، وعصرية، مدعومة بخبرة فنية وخدمة موثوقة بعد البيع.

## 2. تفاصيل المشروع - الأهداف، عرض القيمة، مزيج المنتجات، إعداد المتجر والهيكل الوظيفي

### 2.1 أهداف المشروع

**الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى)** - تسجيل متجر الإضاءة كمؤسسة فردية (SPC) أو شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC) عبر مركز سند. - تأمين موقع تجاري مناسب (شارع رئيسي أو منطقة تجارية). - بناء علاقات مع الموردين (موزعون محليون ومستوردون). - إطلاق المتجر بمجموعة منتجات متكاملة تغطي الاحتياجات السكنية والتجارية. - تحقيق مبيعات شهرية مستقرة خلال أول 6 أشهر.

**الأهداف متوسطة المدى (السنتان 2-3)** - توسيع فئات المنتجات (الإضاءة الذكية، الإضاءة الشمسية). - بناء علاقات قوية مع مصممي الديكور والمقاولين. - إدخال نظام توريد إضاءة قائم على المشاريع للمكاتب والفلل. - تحسين سرعة دوران المخزون وشروط الائتمان مع الموردين.

**الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5)** - افتتاح فرع ثانٍ أو معرض إضافي. - تطوير قسم حلول إضاءة موجه لقطاع الأعمال (B2B). - أن يصبح المتجر موردًا مفضلًا لمشاريع التطوير العقاري وقطاع الضيافة. - استكشاف فرص العلامات الخاصة أو اتفاقيات التوزيع الحصرية.

### 2.2 عرض القيمة

يقدم متجر الإضاءة حلول إضاءة موثوقة، عصرية، وموفرة للطاقة تحت سقف واحد، مدعومة بإرشاد احترافي وأسعار تنافسية.

**محركات القيمة الأساسية:** - تنوع واسع يلبي احتياجات المنازل، المكاتب، والمساحات الخارجية. - تركيز على منتجات LED والمنتجات الموفرة للطاقة. - أسعار تنافسية مع جودة ثابتة. - خبرة فنية في تخطيط الإضاءة واختيار القدرة المناسبة. - توفر قطع الغيار وخدمة ما بعد البيع.

### 2.3 مزيج المنتجات واستراتيجية الفئات

**أولاً: الإضاءة السكنية** - لمبات LED (دافئة، باردة، ضوء نهارى). - إضاءة أسقف وداون لايت. - إضاءة جدران ولمبات جانية. - ثريات وإضاءات معلقة زخرفية.

**ثانياً: إضاءة المكاتب والمنشآت التجارية** - ألواح LED وأنابيب إضاءة. - إضاءة مسارات (Track Lighting). - إضاءة صناعية وعالية الارتفاع.

**ثالثاً: الإضاءة الخارجية وإضاءة الحدائق** - إضاءة حدائق. - وحدات إضاءة خارجية مثبتة على الجدران. - إضاءة تعمل بالطاقة الشمسية.

**رابعاً: الإضاءة الذكية والموفرة للطاقة** - لمبات ذكية (واي فاي / تحكم عبر التطبيقات). - إضاءة بحساسات حركة. - أنظمة إضاءة قابلة للتعتيم.

متوسط أسعار المنتجات يتراوح بين 3 إلى أكثر من 300 ريال عُمانى حسب الفئة.

### 2.4 استراتيجية التوريد وسلسلة الإمداد

- موردون محليون للمنتجات سريعة الحركة من فئة LED.
- موردو استيراد (الصين، تركيا، الاتحاد الأوروبي) للإضاءة الزخرفية والمتخصصة.
- التركيز على منتجات معتمدة بمعايير CE / ISO.
- التفاوض على خصومات شراء بالجملة وشروط ائتمان (30-60 يومًا).

### 2.5 موقع المتجر وتخطيطه

**حجم المتجر** - المساحة الموصى بها: من 60 إلى 120 مترًا مربعًا.

**استراتيجية التخطيط الداخلي** - الواجهة الأمامية: الإضاءة الزخرفية والمنتجات الفاخرة. - المنطقة الوسطى: منتجات LED السكنية. - الجزء الخلفي: الإضاءة التجارية ومنتجات الكميات. - التخزين: مخزن منظم مع تصنيف واضح.

**التكلفة التقديرية لإعداد المتجر** - عربون إيجار المحل: من 1,500 إلى 3,000 ريال عُمانى. - أعمال الديكور الداخلي ووحدات العرض: من 3,000 إلى 8,000 ريال عُمانى. - تجهيزات عرض الإضاءة والعينات: من 2,000 إلى 4,000 ريال عُمانى.

### 2.6 الهيكل الوظيفي والموارد البشرية

**الفريق المبدئي** - مدير المتجر / المالك - إدارة الموردين. - الإشراف على المبيعات. - تقديم الاستشارات للعملاء.

• موظف/موظفو مبيعات (1-2)

• مبيعات مباشرة.

• شرح المنتجات.

• إعداد عروض الأسعار.

#### • مساعد متجر / عامل

- إدارة المخزون.
- صيانة المتجر.

**التكلفة الشهرية التقديرية للموظفين** - موظف المبيعات: من 180 إلى 250 ريال عُُماني لكل موظف. - مساعد المتجر: من 150 إلى 200 ريال عُُماني. - إجمالي الرواتب: من 350 إلى 700 ريال عُُماني شهريًا.

### 3. تحليل SWOT - نقاط القوة، نقاط الضعف، الفرص والتهديدات

#### 3.1 نقاط القوة

##### طلب سوقي مستمر

منتجات الإضاءة أساسية للمنازل، المكاتب، المساحات التجارية، والمشاريع، مما يضمن وجود طلب على مدار العام.

##### تنوع واسع للمنتجات تحت سقف واحد

القدرة على تلبية الاحتياجات السكنية، التجارية، والزخرفية من متجر واحد تزيد من متوسط قيمة السلة الشرائية.

##### التركيز على الإضاءة الموفرة للطاقة (LED والإضاءة الذكية)

ازدياد الوعي بتقليل استهلاك الكهرباء يدعم الطلب على حلول LED والأنظمة الذكية.

##### إمكانات المبيعات للمشاريع والكميات

توريد الإضاءة للمقاولين، مصممي الديكور، والمطورين يتيح طلبات عالية القيمة.

##### عمليات تشغيل بسيطة نسبيًا

عدم وجود مخاطر صحية أو غذائية، واعتماد النموذج على إدارة المخزون يجعل العمليات متوقعة وسهلة التحكم.

#### 3.2 نقاط الضعف

##### استثمار أولي مرتفع في المخزون

تنوع المنتجات يتطلب رأس مال كبير مرتبط بالمخزون.

##### بطء حركة بعض المنتجات الزخرفية

الثريات والتصاميم الفاخرة قد تستغرق وقتًا أطول للبيع.

##### المنافسة السعرية

محلات الأدوات والبيع الإلكتروني قد تقدم أسعارًا أقل.

##### الاعتماد على الاستيراد

التعرض لتأخيرات الشحن وتقلبات أسعار العملات.

#### 3.3 الفرص

##### نمو القطاع العقاري وأعمال التجديد

المشاريع السكنية الجديدة وأعمال الترميم تدفع الطلب المستمر.

**توسع قطاع الضيافة والأعمال التجارية**  
الفنادق، المقاهي، المطاعم، والمكاتب تحتاج حلول إضاءة متخصصة.

**انتشار الإضاءة الذكية والشمسية**  
الاهتمام المتزايد بالمنازل الذكية والإضاءة الخارجية بالطاقة الشمسية.

**عقود التوريد للمشاريع (B2B)**  
اتفاقيات طويلة الأجل مع المقاولين والمطورين.

**التشريعات والوعي بالطاقة**  
التحول نحو الإضاءة الموفرة للطاقة يدعم التمويز المتميز للمنتجات عالية الجودة.

### 3.4 التهديدات

**الواردات منخفضة الجودة**  
المنتجات الرخيصة قد تؤثر على توقعات الأسعار لدى العملاء.

**التباطؤ الاقتصادي**  
انخفاض الإنفاق على البناء والتجديد خلال فترات الركود.

**تقادم المخزون**  
التغير السريع في التصميم والتقنيات.

**المخاطر التنظيمية والامتثال**  
تغير معايير الاستيراد أو كفاءة الطاقة.

### 3.5 الدلالات الاستراتيجية لتحليل SWOT

- نقاط القوة والفرص تدعم التوجه نحو عملاء المشاريع وقطاع الأعمال.
- نقاط الضعف تتطلب ضبطاً دقيقاً للمخزون والتفاوض المستمر مع الموردين.
- التهديدات تؤكد أهمية التميز بالجودة، الضمان، والخدمة الفنية.

## 4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المصروفات التشغيلية وتوقعات خمس سنوات

جميع الأرقام تقديرية ومذكورة بالريال العُماني، وتعتمد على افتراضات محافظة ومتوافقة مع معايير سوق التجزئة في سلطنة عُمان.

### 4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة

أولاً: تسجيل النشاط والتراخيص

البند	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)	الملاحظات
حجز الاسم التجاري	10 - 20	وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار

البند	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)	الملاحظات
السجل التجاري	150 - 30	رسوم مخفضة
عضوية غرفة التجارة	200 - 100	لمدة 1-2 سنة
رسوم خدمات سند	100 - 50	حسب الخدمة
الترخيص البلدي	150 - 50	نشاط تجاري
<b>إجمالي تكلفة التسجيل</b>	<b>500 - 100</b>	<b>مؤسسة فردية أو شركة</b>

#### ثانيًا: تجهيز المتجر والديكور

البند	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
عربون إيجار المحل (3-6 أشهر)	3,000 - 1,500
الديكور الداخلي والأرفف	8,000 - 3,000
وحدات عرض وتجارب الإضاءة	4,000 - 2,000
اللوحات والعلامة التجارية	800 - 300
نظام نقاط البيع والكمبيوتر	800 - 400
أنظمة الأمن والمراقبة	600 - 300
<b>إجمالي تجهيز المتجر</b>	<b>17,200 - 7,500</b>

#### ثالثًا: الاستثمار الأولي في المخزون

نوع المخزون	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
منتجات LED سريعة الحركة	10,000 - 6,000
الإضاءة الزخرفية	12,000 - 5,000
الإضاءة التجارية والخارجية	8,000 - 4,000
الإضاءة الذكية والمتخصصة	5,000 - 2,000
<b>إجمالي المخزون الأولي</b>	<b>35,000 - 17,000</b>

**إجمالي الاستثمار التأسيسي التقديري** - الحد الأدنى: حوالي 25,000 ريال عُماني. - الحد الأعلى: حوالي 60,000 ريال عُماني.

#### 4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

فئة المصروف	التكلفة الشهرية (ريال عُماني)
إيجار المحل	1,200 - 500

فئة المصروف	التكلفة الشهرية (ريال عُمانى)
رواتب الموظفين	700 - 350
الكهرباء والمياه	120 - 60
الإنترنت ونظام نقاط البيع	60 - 30
التسويق والإعلان	300 - 100
النقل والتوصيل	150 - 80
الصيانة ومصروفات أخرى	200 - 100
<b>إجمالي المصروفات الشهرية</b>	<b>2,730 - 1,220</b>

### 4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط عدد العملاء اليومي: من 10 إلى 25 عميلًا.
- متوسط قيمة الفاتورة:
- عميل التجزئة: من 40 إلى 80 ريالًا عُمانيًا.
- طلبات المشاريع أو الجملة (متوسط شهري): من 1,500 إلى 4,000 ريال عُمانى.
- عدد أيام التشغيل: 26 يومًا في الشهر.

### 4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

السيناريو	الإيرادات الشهرية (ريال عُمانى)
متحف	5,000 - 4,000
متوقع	9,000 - 7,000
متفائل	15,000 - 12,000

### 4.5 هامش الربح والتقدير الصافي

- متوسط هامش الربح الإجمالي لمنتجات الإضاءة: من 30% إلى 45%.

السيناريو	الإيرادات	صافي الربح (ريال عُمانى)
متحف	4,500	900 - 600
متوقع	8,000	2,500 - 1,800
متفائل	14,000	5,000 - 3,500

### 4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري (السيناريو المتوقع): حوالي 2,000 ريال عُمانى.
- إجمالي الاستثمار التأسيسي: من 25,000 إلى 60,000 ريال عُمانى.
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل المتوقعة: من 18 إلى 24 شهرًا.

## 4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة	الإيرادات (ريال عُُماني)	صافي الربح (ريال عُُماني)
السنة 1	95,000 – 80,000	25,000 – 18,000
السنة 2	130,000 – 110,000	40,000 – 28,000
السنة 3	180,000 – 150,000	60,000 – 45,000
السنة 4	260,000 – 220,000	85,000 – 65,000
السنة 5	+300,000	130,000 – 95,000

تفترض السنوات من الثالثة إلى الخامسة نمو مبيعات المشاريع واحتمالية افتتاح فرع ثانٍ.

## 5. تحليل العملاء - الخصائص السكانية، السلوك وأنماط الشراء

### 5.1 نظرة عامة على شرائح السوق

يخدم متجر الإضاءة كلاً من عملاء التجزئة (B2C) وعملاء المشاريع وقطاع الأعمال (B2B). تختلف سلوكيات الشراء، حجم الطلبات، ودورات اتخاذ القرار بشكل واضح بين هاتين الفئتين، مما يتطلب أساليب بيع وتسويق مخصصة لكل شريحة.

### 5.2 شرائح العملاء الرئيسية

**الشريحة الأولى: ملاك المنازل والمستأجرون (B2C) - الملف التعريفي:** ملاك فلل، سكان شقق، مستأجرون يقومون بتجديدات بسيطة. - **حجم الشراء:** من 30 إلى 300 ريال عُُماني في الزيارة الواحدة. - **عوامل القرار:** التصميم، السعر، شدة الإضاءة، كفاءة استهلاك الطاقة. - **وتيرة الشراء:** متقطعة (منزل جديد، تجديد، استبدال). - **الاحتياجات والتفضيلات:** - عرض بصري وتجارب مباشرة داخل المتجر. - إرشاد حول القدرة الكهربائية ودرجة لون الإضاءة ومواقع التركيب. - ضمان وسهولة الاستبدال.

**الشريحة الثانية: مصممو الديكور الداخلي - الملف التعريفي:** مصممون مستقلون أو مكاتب تصميم صغيرة. - **حجم الشراء:** من 500 إلى 5,000 ريال عُُماني لكل مشروع. - **عوامل القرار:** الجمالية، استمرارية التوريد، هوامش الربح. - **وتيرة الشراء:** حسب المشاريع مع علاقات متكررة. - **الاحتياجات والتفضيلات:** - كتالوجات وعينات منتجات. - خصومات تجارية. - التزام بمواعيد التسليم.

**الشريحة الثالثة: المقاولون والفنيون الكهربائيون - الملف التعريفي:** مقاولون صغار إلى متوسطي الحجم لمشاريع الفلل، المكاتب، والمحلات. - **حجم الشراء:** من 1,000 إلى 10,000 ريال عُُماني لكل مشروع. - **عوامل القرار:** السعر، المتانة، التوفر، خصومات الكميات. - **وتيرة الشراء:** منتظمة وتعتمد على الحجم. - **الاحتياجات والتفضيلات:** - سرعة إعداد عروض الأسعار. - تسعير خاص للكميات وشروط ائتمان. - دعم فني وخدمة ما بعد البيع.

**الشريحة الرابعة: العملاء التجاريون وقطاع الضيافة - الملف التعريفي:** مكاتب، فنادق، مقاهٍ، مطاعم، سلاسل تجزئة. - **حجم الشراء:** من 3,000 إلى أكثر من 25,000 ريال عُُماني لكل مشروع. - **عوامل القرار:** الالتزام بالمعايير، توحيد تصميم الإضاءة، الضمانات. - **وتيرة الشراء:** حسب المشاريع وبقيمة عالية. - **الاحتياجات والتفضيلات:** - مخططات إضاءة احترافية. - شهادات واعتمادات المنتجات. - تنسيق التركيب والتسليم.



### 5.3 سلوك الشراء لدى العملاء

**مدة اتخاذ القرار** - عملاء التجزئة: في نفس اليوم أو خلال 1-2 يوم. - المصممون والمقاولون: من أسبوع إلى أسبوعين.  
- المشاريع التجارية: من 2 إلى 6 أسابيع.

**الحساسية للسعر** - مرتفعة لدى المقاولين والأسر ذات الدخل المحدود. - متوسطة لدى ملاك المنازل. - أقل لدى مشاريع الضيافة والفئات المتميزة.

### 5.4 احتياجات العملاء ونقاط الألم

**الاحتياجات المشتركة:** - جودة منتجات موثوقة. - حلول موفرة للطاقة. - إرشاد فني واضح. - أسعار تنافسية.

**نقاط الألم التي يعالجها المتجر:** - الحيرة في مواصفات الإضاءة المناسبة. - عدم توفر المنتجات بشكل مستمر. - انتشار منتجات منخفضة الجودة بدون ضمان.

### 5.5 شخصيات العملاء (Personas)

• **الشخصية الأولى - خالد (مالك فيلا، 38 عامًا):** يقوم بتجديد منزل جديد، يبحث عن إضاءة أنيقة وموفرة للطاقة، ويحتاج إلى حلول متكاملة وإرشاد فني.

• **الشخصية الثانية - عائشة (مصممة ديكور داخلي، 34 عامًا):** تدير عدة مشاريع سنوياً، تحتاج موردين موثوقين وهوامش ربح تجارية ثابتة.

• **الشخصية الثالثة - راميش (مقاول كهرباء، 45 عامًا):** ينفذ تجهيزات مكاتب ومحلات، يركز على السعر، توفر المخزون، وسرعة التنفيذ.

## 6. خطة التسويق المخصصة - الاستهداف، القنوات، التسعير واستراتيجية النمو

### 6.1 تموضع العلامة التجارية والتميز في السوق

**بيان التموضع:**

متجر إضاءة احترافي يقدم حلول إضاءة موفرة للطاقة، أنيقة وموثوقة للمنازل والمشاريع في سلطنة عُمان، مدعومة بخبرة فنية وخدمة ما بعد البيع يمكن الاعتماد عليها.

**عناصر التميز:** - منتجات معتمدة ومشمولة بالضمان (LED والإضاءة الذكية). - عروض وتجارب إضاءة داخل المتجر ونماذج محاكاة. - تسعير خاص للمشاريع وبرامج تجارية للمصممين والمقاولين. - سرعة إعداد عروض الأسعار والالتزام بمواعيد التسليم.

### 6.2 استراتيجية الاستهداف

الرسالة الأساسية	الهدف	الشريحة
تصميم جميل + توفير في الطاقة	زيادة مبيعات التجزئة	ملاك المنازل

الرسالة الأساسية	الهدف	الشريحة
استمرارية التوريد + هوامش ربح	مشاريع متكررة	مصممو الديكور
سعر مناسب + توفر دائم	مبيعات كميات	المقاولون
التزام بالمعايير + موثوقية	مشاريع عالية القيمة	الضيافة والمكاتب

### 6.3 استراتيجية التسعير

#### تسعير التجزئة:

يعتمد على القيمة مع تقسيم واضح للفئات: - منتجات LED الأساسية: أسعار تنافسية لجذب الحركة داخل المتجر. - الإضاءة الزخرفية المتوسطة: توازن بين الهامش والتصميم. - الثريات الفاخرة والأنظمة الذكية: هوامش أعلى مع استشارات متخصصة.

**تسعير المشاريع والقطاع التجاري:** - خصومات متدرجة حسب قيمة الطلب. - شروط ائتمان للمقاولين المعتمدين (15-30 يومًا). - باقات تسعير شاملة لغرف كاملة أو مشاريع متكاملة.

### 6.4 قنوات التسويق

**أولاً: التسويق الرقمي (أساسي) - ملف النشاط التجاري في Google والخرائط:** - استهداف العملاء الباحثين عن "محل إضاءة قريب". - إدارة التقييمات وتحديث الصور باستمرار.

#### • إنستغرام وفيسبوك:

- عرض المنتجات وأعمال قبل/بعد التركيب.
- مقاطع قصيرة تشرح مفاهيم الإضاءة.

• إعلانات مدفوعة تستهدف ملاك المنازل والمصممين.

#### • واتساب للأعمال:

- مشاركة الكتالوجات وعروض الأسعار.
- المتابعة مع المقاولين والمصممين.

**ثانياً: التسويق التقليدي وبناء العلاقات** - عروض وتجارب داخل المتجر. - شراكات مع مصممي الديكور. - حوافز إحالة للمقاولين. - المشاركة في المعارض والفعاليات المنزلية.

### 6.5 الاستراتيجية الترويجية

**مرحلة الإطلاق (أول 90 يومًا):** - خصومات افتتاح على باقات LED. - استشارات إضاءة مجانية. - عروض تعريفية خاصة للمقاولين.

**العروض المستمرة:** - حملات موسمية للتجديد. - برنامج ولاء للمصممين والمقاولين. - خصومات حسب حجم الطلب.

### 6.6 ميزانية التسويق

• الإعلان الرقمي: من 150 إلى 300 ريال عُُماني شهريًا.

- العروض التقليدية والعينات: من 50 إلى 100 ريال عُُماني شهريًا.
- تسويق العلاقات والفعاليات: من 50 إلى 150 ريال عُُماني شهريًا.

## 6.7 خارطة النمو والتوسع (خمس سنوات)

السنة	محور التركيز	النتيجة المتوقعة
السنة 1	بناء العلامة	مبيعات تجزئة مستقرة
السنة 2	شبكة المقاولين	نمو إيرادات المشاريع
السنة 3	معرض ثانٍ	توسع جغرافي
السنة 4	قسم B2B	هوامش ربح أعلى
السنة 5	علامات حصرية	ريادة السوق

## 7. الخاتمة وخارطة التنفيذ

### 7.1 الجدول الزمني للتنفيذ

المرحلة	المدة
تسجيل النشاط والتراخيص	1-2 أسبوع
تجهيز المحل والمخزون	4-8 أسابيع
اعتماد الموردين	2-4 أسابيع
الإطلاق التجريبي	أسبوعان
التشغيل الكامل	الشهر الثالث

### 7.2 الخاتمة

توضح هذه الخطة لمشروع متجر الإضاءة نموذجًا تجاريًا مستدامًا وقابلًا للتوسع في سوق التجزئة والمشاريع في سلطنة عُمان. من خلال إدارة منضبطة للمخزون، وبناء علاقات قوية مع الموردين، واعتماد استراتيجية مزدوجة تخدم عملاء التجزئة وقطاع الأعمال، يمكن للمشروع الوصول إلى الربحية خلال فترة تتراوح بين 18 و24 شهرًا، مع قابلية التوسع إلى فروع متعددة أو نموذج توريد قائم على المشاريع.