

# تطبيق خدمة غسيل الملابس - خطة عمل (عُمان)

## 1. الملخص التنفيذي

### 1.1 نظرة عامة على المشروع

تطبيق خدمة غسيل الملابس هو منصة رقمية عند الطلب تهدف إلى ربط العملاء بخدمات غسيل احترافية من خلال تطبيق للهواتف الذكية وبوابة إلكترونية على الويب. تُمكن المنصة المستخدمين من جدولة استلام الملابس، وتتبع الطلبات، واختيار نوع الخدمة (غسيل، تجفيف، كي، تنظيف جاف)، واستلام الطلبات عند باب المنزل.

يستهدف المشروع الفئة الحضرية المتنامية في سلطنة عُمان، حيث تزداد أنماط الحياة السريعة لدى الموظفين، والطلبة، والعائلات، والذين يفضلون بشكل متزايد خدمات المنازل القائمة على الراحة والسرعة. يعمل التطبيق وفق نموذج خفيف الأصول، من خلال الشراكة مع مغاسل قائمة بالفعل، بينما تتولى المنصة إدارة الخدمات اللوجستية، وتجربة العملاء، والبنية الرقمية.

### 1.2 نموذج العمل

تعمل المنصة وفق نموذج سوق متعدد الأطراف: - يقوم العملاء بطلب خدمات الغسيل عبر التطبيق - تنفذ المغاسل الشريكة عمليات التنظيف - يتولى فريق الخدمات اللوجستية الاستلام والتوصيل - تحقق المنصة دخلاً من خلال عمولة على كل طلب

تتولد الإيرادات من خلال: - عمولة على كل طلب (15% - 30%) - رسوم التوصيل - باقات الاشتراك (للمستخدمين الشهريين) - عقود B2B (تُزل، مكاتب، عيادات)

### 1.3 الهيكل القانوني والتسجيل (عُمان)

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان كأحد الخيارين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC) - مناسبة للمشاريع التي يقودها المؤسس - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC) - مناسبة للمستثمرين وقابلية التوسع

يُعد التسجيل عبر مركز سند الخيار الأكثر كفاءة من حيث التكلفة.

التكلفة التقديرية للتأسيس: - SPC: من 100 إلى 300 ريال عُماني - LLC: من 300 إلى 500 ريال عُماني (لا تشمل التأسيسات، أو إيجار المكتب، أو الاستشارات المتخصصة)

### 1.4 القيمة المقترحة

- استلام وتوصيل إلى باب المنزل
- تسعير واضح وشفاف
- زمن إنجاز موثوق
- خيارات متعددة للخدمات
- مدفوعات رقمية وغير نقدية
- تتبع الطلبات بشكل لحظي

## 1.5 السوق المستهدف

- الموظفون والعاملون
- الطلبة والتزل
- العائلات
- المشاريع الصغيرة (صالونات، عيادات، أندية رياضية)

## 1.6 الميزة التنافسية

- نموذج خفيف الأصول (دون امتلاك مغاسل في البداية)
- منصة تقنية قابلة للتوسع
- تنسيق قوي للخدمات اللوجستية
- إيرادات متكررة من خلال الاشتراكات
- تسعير محلي مناسب للسوق العُماني

## 1.7 لمحة مالية (ملخص)

- تكلفة التأسيس التقديرية: من 15,000 إلى 25,000 ريال عُماني
- الإيرادات الشهرية المتوقعة (السنة الأولى): من 3,000 إلى 7,000 ريال عُماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: من 12 إلى 20 شهرًا
- رؤية خمسية: أن تصبح المنصة الرائدة لخدمات الغسيل في عُمان

## 1.8 الرؤية والرسالة

**الرؤية:** أن نكون المنصة الرقمية الأكثر موثوقية وسهولة لخدمات غسيل الملابس في سلطنة عُمان.

**الرسالة:** تبسيط خدمات غسيل الملابس من خلال التقنية، وشراكات موثوقة، وخدمة سلسلة حتى باب المنزل.

## 2. تفاصيل المشروع - الأهداف، خصائص المنصة، الخدمات، العمليات وهيكل الفريق

### 2.1 أهداف المشروع

**الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى)** - تسجيل المشروع في سلطنة عُمان عبر مركز سند (SPC أو LLC) - تصميم وتطوير وإطلاق تطبيق خدمة الغسيل للهواتف الذكية (أندرويد و iOS) ولوحة تحكم إدارية على الويب - ضم 10-20 مغسلة شريكة داخل محافظة مسقط - إنشاء عمليات الاستلام والتوصيل في المناطق ذات الأولوية - تحقيق تدفق منتظم للطلبات الأسبوعية خلال 3-4 أشهر

**الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3)** - توسيع نطاق الخدمة إلى مدن إضافية (صحر، صلالة) - إطلاق باقات اشتراك للمستخدمين المتكررين - إضافة عملاء B2B (تزل، عيادات، أندية رياضية، مكاتب) - تحسين اقتصاديات الوحدة عبر تحسين المسارات وتقييم أداء الشركاء

**الأهداف طويلة المدى (السنين 4-5)** - أن تصبح المنصة الرائدة لخدمات الغسيل عند الطلب في عُمان - إطلاق حلول بعلامة بيضاء للمؤسسات الكبرى - استكشاف فرص الامتياز أو التوسع الإقليمي (دول الخليج) - إضافة خدمات ذات قيمة مضافة (تنظيف الأحذية، تنظيف الستائر)

## 2.2 خصائص المنصة وبنيتها

**أولاً: خصائص تطبيق العملاء** - تسجيل المستخدم وتسجيل الدخول (الهاتف/البريد الإلكتروني) - اختيار الخدمة (غسيل، تجفيف، كي، تنظيف جاف) - جدولة الاستلام والتوصيل - تتبع الطلبات بشكل لحظي - المدفوعات الرقمية (بطاقات، محافظ إلكترونية) - سجل الطلبات والفواتير - التقييمات والمراجعات - الإشعارات الفورية

**ثانياً: لوحة تحكم المغاسل الشريكة** - قبول الطلبات وتحديث حالتها - إدارة الطاقة الاستيعابية - عرض التسعير - تحليلات الأداء - تقارير تسوية المدفوعات

**ثالثاً: لوحة التحكم الإدارية (إدارة العمليات)** - إدارة المستخدمين والشركاء - توجيه الطلبات وتوزيعها - التحكم في التسعير والعمولات - إدارة العروض والقسائم - معالجة النزاعات - التحليلات والتقارير

## 2.3 الخدمات المقدمة

نوع الخدمة	الوصف
الغسيل والطبي	ملابس الاستخدام اليومي
الغسيل والكي	القمصان والبنائيل
التنظيف الجاف	الملابس الرسمية والحساسة
الخدمة السريعة	إنجاز خلال 24 ساعة
الغسيل بالجملة	تُزل ومكاتب

**متوسط زمن الإنجاز:** من 24 إلى 72 ساعة حسب نوع الخدمة

## 2.4 منطق التسعير (تقديري)

- الغسيل والطبي بالكيلو: 0.500 - 0.700 ريال عُُماني
- الغسيل والكي بالقطعة: 0.300 - 0.600 ريال عُُماني
- التنظيف الجاف بالقطعة: 1.000 - 2.500 ريال عُُماني
- رسوم التوصيل: 0.500 - 1.000 ريال عُُماني (تُلغى مع الاشتراكات)
- عمولة المنصة من الشركاء: 15% - 30% لكل طلب

## 2.5 سير العمل التشغيلي

1. يقوم العميل بإنشاء الطلب عبر التطبيق
2. يتم إسناد طلب الاستلام إلى السائق
3. تستلم المغسلة الشريكة الملابس
4. تنفيذ الغسيل والمعالجة
5. فحص الجودة
6. توصيل الطلب إلى العميل
7. تسوية المدفوعات وتقييم الخدمة

## 2.6 نموذج الخدمات اللوجستية والتنفيذ

- سائقون داخليون أو شركاء توصيل للمرحلة الأخيرة
- تجميع المسارات لتقليل تكاليف التوصيل
- مواعيد استلام محددة حسب الفترات الزمنية
- تتبع GPS وإثبات التسليم

## 2.7 هيكل الفريق والموارد البشرية

**الفريق الأساسي (المرحلة الأولى) - المؤسس / مدير العمليات - الإشراف العام - ضم الشركاء - الامتثال والمالية**

**الفريق التقني (خارجي / داخلي) - تطوير التطبيق وصيانتها - إدارة الخوادم والأمن**

**منسق العمليات - إدارة تدفق الطلبات - تنسيق الشركاء والسائقين**

**سائقو التوصيل (2-4) - تنفيذ الاستلام والتوصيل**

## 2.8 التكلفة التقديرية الشهرية للرواتب

الوظيفة	التكلفة الشهرية (ريال عُُماني)
مدير العمليات	400 - 600
منسق العمليات	250 - 350
السائقون (2-4)	300 - 600
الدعم التقني / الصيانة	200 - 400
<b>إجمالي الرواتب التقديري</b>	<b>1,150 - 1,950</b>

## 3. تحليل SWOT - المنصة، السوق، والمنظور التشغيلي

### 3.1 نقاط القوة

**نموذج سوق خفيف الأصول** لا يتطلب استثمارًا أوليًا في معدات الغسيل، حيث يعتمد على الاستفادة من المغاسل القائمة، مما يتيح التوسع بشكل أسرع مع مخاطر رأسمالية أقل.

**تجربة رقمية قائمة على الراحة** الاستلام والتوصيل إلى باب المنزل مع الجدولة والتتبع يعالج تحديًا رئيسيًا في الحياة الحضرية.

**منصة تقنية قابلة للتوسع** تتيح العمليات القائمة على التطبيق التوسع الجغرافي السريع دون زيادة متناسبة في التكاليف.

**تعدد مصادر الإيرادات** العمولات، ورسوم التوصيل، والاشتراكات، وعقود B2B توفر تنوعًا في الدخل.

**عمليات قائمة على البيانات** تمكّن بيانات الطلبات من التنبؤ بالطلب، وتحسين المسارات، وإدارة أداء الشركاء.

### 3.2 نقاط الضعف

**الاعتماد على جودة الشركاء** تفاوت جودة الخدمة بين المغاسل قد يؤثر على ثقة العلامة التجارية.

**حساسية تكاليف الخدمات اللوجستية** تؤثر تكاليف الاستلام والتوصيل بشكل مباشر على الهوامش، خصوصًا مع انخفاض قيمة الطلبات.

**حاجز الثقة الأولي للعملاء** قد يتردد بعض العملاء في تسليم ملابسهم لخدمة رقمية جديدة.

**متطلبات صيانة التقنية** تتطلب المنصة تحديثات مستمرة للتطبيق، وإصلاح الأعطال، وصيانة أمنية دائمة.

### 3.3 الفرص

**الطلب المتزايد على الخدمات المنزلية عند الطلب** أنماط الحياة السريعة وازدياد الأسر ذات الدخل المزدوج يعززان الاستعانة بمصادر خارجية للأعمال المنزلية.

**سوق غسيل غير مُرقمن بالكامل** العديد من المغاسل المحلية تفتقر إلى وجود رقمي، ما يخلق فرص شراكة قوية.

**عقود B2B والمؤسسات** التزل، والعيادات، والأندية الرياضية، والمكاتب توفر طلبات كبيرة ومتكررة.

**إيرادات قائمة على الاشتراكات** تحسن الباقات الشهرية من استقرار التدفق النقدي والاحتفاظ بالعملاء.

**خدمات ذات قيمة مضافة** تنظيف الأحذية، والستائر، والسجاد، وخيارات صديقة للبيئة.

### 3.4 التهديدات

**المنافسة السعرية** قد تقوم المغاسل المحلية بتقديم أسعار أقل للعملاء المباشرين خارج المنصة.

**الإخفاقات التشغيلية** فقدان أو تلف أو تأخير الطلبات قد يضر بسمعة المنصة.

**المخاطر التنظيمية والامتثال** قد تظهر متطلبات مستقبلية تتعلق بحماية المستهلك، أو خصوصية البيانات، أو الخدمات اللوجستية.

**تسرب العملاء** انخفاض تكاليف الانتقال بين مقدمي الخدمات يزيد من احتمالية فقدان العملاء.

### 3.5 الدلالات الاستراتيجية

- الاستثمار المبكر في تدقيق الشركاء، واتفاقيات مستوى الخدمة، ومراجعات الجودة
- تحسين المسارات وتحديد حد أدنى لقيمة الطلب لحماية الهوامش
- بناء الثقة من خلال الضمانات، والتأمين، والسياسات الشفافة
- إعطاء أولوية للاشتراكات وعملاء B2B لتحقيق الاستقرار

## 4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المصروفات التشغيلية والتوقعات الخمسية

جميع الأرقام تقديرية ومحافظة، ومعتبر عنها بالريال العُماني. تعتمد الافتراضات على تسعير السوق في عُمان ونموذج سوق خفيف الأصول.

### 4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار الأولي)

**أولاً: تسجيل النشاط والإعداد القانوني** | البند | التكلفة التقديرية (ريال عُماني) | الملاحظات | ---|---|---| | حجز الاسم التجاري | 10 - 20 | وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار | | السجل التجاري | 30 - 150 | رسوم مخفضة | | عضوية غرفة التجارة | 100 - 200 | لمدة 1-2 سنة | | رسوم خدمات سند | 50 - 100 | حسب الحالة | | الترخيص البلدي | 50 - 150 | نشاط مكتبي | | إجمالي تكلفة التسجيل | 100 - 500 | SPC أو LLC |

**ثانياً: تطوير التقنية والإطلاق** | البند | التكلفة التقديرية (ريال عُماني) | |---|---| | تطبيق الهاتف (iOS + Android) | 5,000 - 9,000 | | لوحة التحكم الإدارية ولوحة الشركاء | 2,000 - 4,000 | | الخادم الخلفي وواجهات البرمجة وقاعدة البيانات | 1,500 - 3,000 | | الاختبارات وضمان الجودة والأمن | 800 - 1,500 | | الاستضافة السحابية (السنة الأولى) | 500 - 1,000 | | متاجر التطبيقات والتراخيص | 200 - 400 | | الإجمالي - التقنية | 10,000 - 18,000 |

**ثالثاً: ما قبل الإطلاق وتجهيز العمليات** | البند | التكلفة التقديرية (ريال عُماني) | |---|---| | تجهيز المكتب والمعدات | 800 - 1,500 | | العلامة التجارية وتصميم تجربة المستخدم | 600 - 1,200 | | ضم الشركاء والتدريب | 300 - 600 | | الإطلاق التسويقي الأولي | 500 - 1,000 | | احتياطي الطوارئ | 700 - 1,200 | | الإجمالي - ما قبل الإطلاق | 2,900 - 5,500 |

**إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية** - الحد الأدنى: حوالي 15,000 ريال عُماني - الحد الأعلى: حوالي 25,000 ريال عُماني

### 4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية (OPEX)

فئة المصروف	التكلفة الشهرية التقديرية (ريال عُماني)
الرواتب	1,150 - 1,950
وقود وصيانة التوصيل	200 - 400
الاستضافة السحابية والدعم التقني	150 - 300
إيجار المكتب / مكتب افتراضي	200 - 400
التسويق والعروض	150 - 300
دعم العملاء والاسترجاعات	80 - 150
مصروفات متنوعة	100 - 200
<b>إجمالي المصروفات الشهرية</b>	<b>2,130 - 4,000</b>

### 4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط قيمة الطلب: 4.000 ريال عُُماني
- متوسط عمولة المنصة: 20%
- صافي إيراد المنصة لكل طلب: 0.800 ريال عُُماني
- رسوم التوصيل (صافي للمنصة): 0.300 - 0.500 ريال عُُماني

### 4.4 سيناريوهات حجم الطلبات الشهرية

السيناريو	عدد الطلبات / شهر
متحفّظ	2,000
متوقع	3,500
متفائل	5,500

### 4.5 توقعات الإيرادات الشهرية

السيناريو	إيرادات المنصة (ريال عُُماني)
متحفّظ	2,200~
متوقع	3,800~
متفائل	6,000~

### 4.6 صافي الربح / الخسارة الشهرية التقديرية

السيناريو	الإيرادات	المصروفات	النتيجة الصافية
متحفّظ	2,200	3,500	(1,300)
متوقع	3,800	3,200	600
متفائل	6,000	4,000	2,000

من المتوقع تحقيق خسائر في الأشهر الأولى خلال مرحلة التوسع.

### 4.7 تحليل نقطة التعادل

- الإيرادات الشهرية اللازمة للوصول إلى نقطة التعادل: حوالي 3,200 - 3,500 ريال عُُماني
- المدة المتوقعة للوصول إلى نقطة التعادل: من 12 إلى 20 شهرًا

### 4.8 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة	متوسط الطلبات / شهر	الإيرادات السنوية (ريال عُُماني)	صافي الربح (ريال عُُماني)
السنة 1	2,500	45,000	(0 - 5,000)

السنة	متوسط الطلبات / شهر	الإيرادات السنوية (ريال عُمانِي)	صافي الربح (ريال عُمانِي)
السنة 2	4,000	70,000	15,000 – 8,000
السنة 3	6,000	105,000	30,000 – 20,000
السنة 4	9,000	150,000	50,000 – 35,000
السنة 5	+13,000	+220,000	90,000 – 60,000

تفترض السنوات 3-5 وجود اشتراكات، وعقود B2B، والتوسع إلى مدن إضافية.

## 5. تحليل العملاء - شرائح المستخدمين، السلوك، الاحتياجات والشخصيات

### 5.1 سياق السوق (سلطنة عُمان)

يساهم التوسع الحضري، وازدياد الأسر ذات الدخل المزدوج، وأنماط الحياة المزدحمة في سلطنة عُمان—خصوصًا في مسقط، السيب، الخوض، العذبية، القرم، وصحار—في زيادة الطلب على الخدمات المنزلية عند الطلب. وتُعد خدمات غسيل الملابس حاجة متكررة ومنتظمة، ما يجعلها مناسبة لنموذج رقمي قائم على الاشتراكات.

**مؤشرات الطلب الرئيسية:** - دورات غسيل أسبوعية للأسر - حساسية عالية لتسرب العملاء دون وجود اشتراكات - تأثير قوي للتوصيات الشفوية والتقييمات - تفضيل الخدمة الموثوقة والمتسقة على السعر الأدنى فقط

### 5.2 الشرائح الأساسية للعملاء (B2C)

**الشريحة (أ): الموظفون والعاملون** - العمر: 25-45 سنة - الوصف: موظفو مكاتب، عمال بنظام الورديات، رواد أعمال - الاحتياجات: الراحة، الموثوقية، زمن إنجاز متوقع - السلوك: طلبات أسبوعية؛ يفضلون الاستلام المجدول - الحساسية السعرية: متوسطة

**الشريحة (ب): الطلبة والعُزَّاب** - العمر: 18-30 سنة - الوصف: طلبة جامعات، سكنات مشتركة - الاحتياجات: تكلفة منخفضة، خدمة سريعة، سهولة الاستخدام - السلوك: طلبات أصغر ولكن متكررة؛ مدفوعة بالعروض - الحساسية السعرية: عالية

**الشريحة (ج): العائلات** - العمر: 30-55 سنة - الوصف: أسر لديها أطفال - الاحتياجات: التعامل مع كميات كبيرة، النظافة، إزالة البقع - السلوك: طلبات أسبوعية أو نصف شهرية بكميات كبيرة - الحساسية السعرية: متوسطة

### 5.3 الشرائح الثانوية للعملاء (B2B)

**الشريحة (د): النزل وسكنات الموظفين** - غسيل بكميات كبيرة ومتكررة - تسعير قائم على العقود - طلب متوقع ومستقر

**الشريحة (هـ): المشاريع الصغيرة** - صالونات، عيادات، أندية رياضية، منتجات صحية - تحتاج إلى تنظيف المناشف والزيّات والبياضات - تُقدّر الموثوقية أكثر من خصائص التطبيق



## 5.4 سلوك المستخدم وأنماط الاستخدام

العامل	الملاحظة
وتيرة الطلب	1-2 مرة أسبوعيًا (B2C)
أوقات الذروة للحجز	المساء (7-10 مساءً)
مواعيد الاستلام المفضلة	فترات الصباح والمساء
دوافع القرار	الثقة، زمن الإنجاز
عامل الاحتفاظ	الاشتراكات

## 5.5 احتياجات العملاء ونقاط الألم

**الاحتياجات الأساسية** - الراحة حتى باب المنزل - تسعير واضح وشفاف - سلامة العناية بالملابس - استلام وتوصيل موثوق - سهولة حل المشكلات

**نقاط الألم التي يحلها التطبيق** - صعوبة تسليم الملابس يدويًا - تفاوت جودة الغسيل - فقدان أو تأخير الطلبات - غياب وضوح التسعير - التواصل اليدوي مع المغاسل

## 5.6 متطلبات الثقة والجودة

الثقة عنصر أساسي في خدمات الغسيل. يتوقع العملاء: - فواتير رقمية مفصلة - تأكيد بالصور أو الوزن - سياسات واضحة للتلف أو فقدان - سهولة الوصول إلى دعم العملاء - ضمان جودة الشركاء

## 5.7 شخصيات المستخدمين

**الشخصية 1 - أحمد (محترف، 34 سنة)** - يطلب الخدمة أسبوعيًا - مشترك في باقة شهرية - يقدر الثبات والالتزام بالوقت

**الشخصية 2 - سارة (طالبة، 22 سنة)** - متأثرة بالعروض - تستخدم التطبيق خلال فترات الامتحانات - تعتمد بشكل كبير على التقييمات

**الشخصية 3 - خالد (مدير مرافق، 42 سنة)** - يدير عقود غسيل بكميات كبيرة - يحتاج إلى اتفاقيات مستوى خدمة وفواتير منتظمة

## 6. الخطة التسويقية المخصصة - الاستحواذ، الاحتفاظ، التسعير واستراتيجية النمو

### 6.1 تموضع العلامة التجارية والرسائل

**بيان التموضع:** خدمة غسيل رقمية موثوقة، مريحة وبسعر مناسب توفر الوقت للأشخاص المشغولين في سلطنة عُمان.

**ركائز العلامة الأساسية:** - الراحة حتى باب المنزل - تسعير شفاف - أوقات إنجاز موثوقة - العناية بالملابس والنظافة - دعم عملاء سريع الاستجابة

**النبرة والهوية:** - نظيفة، عصرية، وودودة - رسائل تركّز على الثقة - تواصل ثنائي اللغة بسيط (العربية والإنجليزية)

## 6.2 استراتيجية الدخول إلى السوق (مرحلة الإطلاق)

- المرحلة 1: ما قبل الإطلاق (30-45 يومًا)** - صفحة هبوط للتطبيق مع تسجيل مبكر - ضمّ المغاسل الشريكة واعتمادها - اختبار تجريبي مع الأصدقاء، المكاتب، والنزل - تجهيز عروض إطلاق تمهيدية
- المرحلة 2: الإطلاق (أول 90 يومًا)** - استلام أو توصيل مجاني لأول مرة - تجارب مع مؤثرين وصنّاع محتوى صغار - أرصدة إحالة للمستخدمين الأوائل - إطلاق تدريجي حسب المناطق للتحكم في جودة الخدمة

## 6.3 قنوات استحواذ المستخدمين

- أولاً: القنوات الرقمية (الأساسية)** - إنستغرام، تيك توك، وسناب شات - مقاطع قصيرة: قبل/بعد، شفافية العمليات - إعلانات موجهة حسب الموقع (مناطق مسقط) - محتوى المؤثرين (ريلز وقصص)
- بحث جوجل والخرائط** - عبارات مثل: "استلام غسيل قريب مني" - تشجيع التقييمات بعد كل طلب
- تحسين ظهور التطبيق (ASO)** - لقطات شاشة واضحة - أوصاف تركّز على الميزات

- ثانيًا: القنوات غير الرقمية والتفعيل المحلي** - منشورات في الشقق والنزل - شراكات مع مديري المباني - ترويج في المكاتب والحرم الجامعي - أكياس توصيل وملابس موحّدة بعلامة تجارية

## 6.4 استراتيجية التسعير والاشتراكات

- الطلبات الفردية** - تسعير تنافسي بالكيلو أو بالقطعة - إلغاء رسوم التوصيل عند تجاوز حد أدنى للطلب
- باقات الاشتراك (محرك الاحتفاظ الرئيسي)** | الباقة | السعر (ريال عُمان/شهر) | الفائدة | |---|---|---| | الأساسية | 10 | استلام واحد أسبوعيًا | | القياسية | 18 | استلامان أسبوعيًا | | العائلية | 30 | غير محدود (استخدام عادل) |

## 6.5 الإحالة، الولاء والاحتفاظ

- إحالة: أعط 2 ريال واحصل على 2 ريال
- نقاط ولاء قابلة للاستبدال بخدمات مجانية
- حوافز تجديد الاشتراكات
- تذكيرات آلية للاستخدام المتكرر

## 6.6 مبيعات B2B والشراكات

- تواصل مخصص مع النزل والعيادات
- عقود مخصصة واتفاقيات مستوى خدمة
- فواتير وتقارير شهرية
- تسعير قائم على الحجم

## 6.7 إدارة الثقة والسمعة

- سياسة واضحة للتلف أو فقدان

- ضمانات الخدمة
- حل المشكلات خلال 24-48 ساعة
- إظهار تقييمات الشركاء بوضوح

## 6.8 توزيع ميزانية التسويق (شهريًا)

- الإعلانات الرقمية: 120 - 180 ريال عُُماني
- تسويق المؤثرين: 80 - 150 ريال عُُماني
- التفعيل غير الرقمي: 40 - 70 ريال عُُماني

## 6.9 خارطة طريق التسويق والنمو لخمس سنوات

السنة	محور التركيز	النتيجة
السنة 1	الوعي وبناء الثقة	قاعدة مستخدمين مستقرة
السنة 2	الاشتراكات وB2B	إيرادات متوقعة
السنة 3	التوسع في المدن	حضور وطني
السنة 4	تحسين المنصة	تحسين الهوامش
السنة 5	العلامة البيضاء والامتياز	توسع إقليمي

## 7. الخاتمة وخارطة التنفيذ

### 7.1 الجدول الزمني التنفيذي عالي المستوى

المرحلة	المدة
التسجيل والإعداد	1-2 أسبوع
تطوير التطبيق	8-12 أسبوع
ضمّ الشركاء	بالتوازي
الإطلاق التجريبي	أسبوعان
التشغيل الكامل	الشهر الرابع

### 7.2 الخلاصة النهائية

تقدّم خطة عمل تطبيق خدمة غسيل الملابس هذه فرصة رقمية قابلة للتوسع، خفيفة الأصول، وذات معدلات احتفاظ عالية في سوق سلطنة عُمان. ومن خلال تنفيذ منضبط، وإدارة قوية للشركاء، ونمو قائم على الاشتراكات، يمكن للمنصة الوصول إلى الربحية خلال فترة تصل إلى 18 شهرًا والتوسع على مستوى وطني.