

# مشروع غسيل سيارات متنقل - خطة عمل (سلطنة عُمان)

## 1. الملخص التنفيذي

### 1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع غسيل السيارات المتنقل في سلطنة عُمان هو خدمة تنظيف سيارات عند باب العميل، تقدم خدمات غسيل وتلميع احترافية في منازل العملاء، ومكاتبهم، ومواقف السيارات، والمواقع التجارية. تتيح هذه الخدمة للعملاء الاستغناء عن الذهاب إلى محطات غسيل السيارات، وتوفير لهم الراحة، وتوفير الوقت، والعناية الممتازة بالمركبة.

يعتمد المشروع على وحدات خدمة متنقلة مجهزة بالكامل (شاحنات صغيرة أو سيارات بيك أب) يعمل بها طاقم مدرب، لتقديم خدمات غسيل سيارات موحدة، صديقة للبيئة، وذات كفاءة عالية في استخدام المياه.

يتوافق هذا النموذج بقوة مع مناخ سلطنة عُمان، وارتفاع معدلات امتلاك السيارات، ونمط الحياة الحضرية المزدحمة، والطلب المتزايد على الخدمات عند الطلب.

### 1.2 الهيكل القانوني وتنظيم العمل

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان كأحد الخيارين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة للمشاريع التي يديرها المالك أو فرق العمل الصغيرة. - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة للشراكات وخطط التوسع المستقبلية.

أكثر مسار تسجيل اقتصادي هو عبر مراكز سند.

التكلفة التقديرية للتسجيل والإجراءات الحكومية (بالريال العُماني): - مؤسسة فردية (SPC): 300 - 100 ريال عُماني - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): 500 - 300 ريال عُماني

(لا تشمل التكاليف التأشيرات، أو استئجار المركبات، أو الاستشارات المتقدمة).

### 1.3 الخدمات المقدمة

- غسيل خارجي للسيارة (موفر للمياه)
- تنظيف داخلي وشفط الأتربة
- غسيل كامل للهيكل مع تلميع
- تنظيف حجرة المحرك (اختياري)
- باقات عناية وتفصيل فاخرة
- عقود غسيل سيارات للأساطيل والشركات

### 1.4 السوق المستهدف

- العملاء السكنيون (الشقق والفلل)
- موظفو المكاتب ومواقف الشركات
- شركات تأجير السيارات

- أساطيل الشركات الصغيرة والمتوسطة
- سائقي تطبيقات التوصيل والنقل

## 1.5 الميزة التنافسية

- خدمة مباشرة عند موقع العميل
- عدم وجود وقت انتظار
- تكاليف تشغيل أقل مقارنة بمحطات الغسيل الثابتة
- مرونة في المواعيد (الحجز عبر واتساب والهاتف)
- نموذج قابل للتوسع بعدة مركبات

## 1.6 الملخص المالي (نظرة عامة)

- تكلفة التأسيس التقديرية: 8,000 - 15,000 ريال عُُماني (للوحدة الواحدة)
- الإيرادات الشهرية المحتملة: 2,000 - 6,000 ريال عُُماني (للوحدة الواحدة)
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 8 - 14 شهرًا
- الرؤية لخمس سنوات: تشغيل عدة وحدات متنقلة + عقود أساطيل

## 1.7 الرؤية والرسالة

**الرؤية:** أن نصبح علامة موثوقة على مستوى السلطنة في مجال العناية المتنقلة بالسيارات.

**الرسالة:** تقديم خدمات غسيل سيارات عالية الجودة، صديقة للبيئة، وموثوقة عند موقع العميل من خلال عمليات متنقلة فعّالة.

## 2. تفاصيل المشروع - الأهداف، القيمة المقترحة، الخدمات، المعدات وهيكل الموظفين

### 2.1 أهداف المشروع

**الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى)** - تسجيل المشروع كمؤسسة فردية (SPC) أو شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC) عبر مراكز سند. - إطلاق وحدة واحدة مجهزة بالكامل لغسيل السيارات المتنقل. - استقطاب 80-120 عميلًا منتظمًا خلال أول 6 أشهر. - إنشاء نظام حجز عبر واتساب مع حضور رقمي أساسي. - تحقيق نقطة التعادل التشغيلي خلال 8-14 شهرًا.

**الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3)** - إضافة وحدة أو وحدتين متنقلتين حسب الطلب. - تأمين عقود مع أساطيل وشركات ومواقف مؤسسية. - توحيد إجراءات التشغيل القياسية (SOPs) وضبط الجودة. - طرح باقات اشتراك شهرية.

**الأهداف طويلة المدى (السنين 4-5)** - تشغيل أسطول متعدد الوحدات في مسقط والمدن القريبة. - بناء علامة تجارية معروفة في العناية المتنقلة بالسيارات. - إدخال خدمات تفصيل متقدمة وطلاءات حماية (سيراميك). - تهيئة النموذج للامتياز التجاري أو الشراكات.

### 2.2 القيمة المقترحة

يقدم مشروع غسيل السيارات المتنقل الراحة والموثوقية والعناية الاحترافية بالسيارة مباشرة في موقع العميل.

**محركات القيمة الأساسية:** - خدمة عند باب العميل (المنزل، المكتب، المواقف). - توفير الوقت للمهنيين المشغولين. - مرونة في الجدولة. - تسعير تنافسي مقارنة بالمحطات الثابتة. - أساليب موفّرة للمياه وصديقة للبيئة.

## 2.3 الخدمات واستراتيجية التسعير

**باقات الخدمات الأساسية (تسعير إرشادي)** - غسيل خارجي أساسي: غسيل الهيكل + تجفيف — 3.0 - 4.0 ر.ع - تنظيف داخلي: شفت + تنظيف الطبلون — 3.0 - 4.0 ر.ع - غسيل كامل: خارجي + داخلي — 5.0 - 7.0 ر.ع - غسيل فاخر: غسيل كامل + تلميع — 8.0 - 12.0 ر.ع - تنظيف حجرة المحرك (اختياري): إزالة شحوم وتنظيف — 5.0 - 8.0 ر.ع

**الاشتراكات وباقات الأساطيل** - خطط شهرية (4-8 غسلات في الشهر). - خصومات للشركات والأساطيل حسب الحجم.

## 2.4 المعدات وتجهيز الوحدة المتنقلة

**خيارات المركبة** - فان أو بيك أب مستعمل مع خزان مياه. - نموذج امتلاك أو تأجير. - التكلفة التقديرية: 4,000 - 7,000 ر.ع

**قائمة المعدات والتكلفة التقديرية** - جهاز غسيل ضغط عالٍ: 300 - 600 ر.ع - خزان مياه ومضخة: 300 - 600 ر.ع - مولد كهرباء: 400 - 800 ر.ع - مكنسة صناعية: 200 - 400 ر.ع - خراطيم وبكرات وأدوات: 200 - 350 ر.ع - مواد تنظيف ومستهلكات: 150 - 300 ر.ع - هوية بصرية وملابس موحّدة: 150 - 300 ر.ع

## 2.5 هيكل الموظفين والموارد البشرية

**الفريق المبدئي (لكل وحدة)** - المالك / المشرف: - جدولة المواعيد وخدمة العملاء. - مراقبة الجودة. - إدارة الموردين. - فني غسيل سيارات (1-2): - تنفيذ الغسيل والتفصيل. - التعامل مع المعدات. - التفاعل مع العملاء.

**التكلفة الشهرية التقديرية للموظفين** - الفني: 180 - 250 ر.ع لكل فني. - إجمالي الرواتب للوحدة: 180 - 500 ر.ع.

## 2.6 سير العمل اليومي

- استلام الحجز (واتساب / هاتف).
- تأكيد الجدولة ومسار التنقل.
- تنفيذ الخدمة في الموقع.
- تحصيل الدفع (نقدي / إلكتروني).
- متابعة رضا العميل والتغذية الراجعة.

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

### 3.1 نقاط القوة

**نموذج عالي الراحة** - توفر الخدمة عند موقع العميل يلغي الحاجة إلى التنقل والانتظار، وهو عامل تميّز رئيسي مقارنة بمحطات الغسيل الثابتة.

**متطلبات رأسمالية منخفضة** - بالمقارنة مع المرافق الدائمة، يتطلب النموذج المتنقل استثمارًا أوليًا أقل بكثير وسرعة في الإطلاق.

**مرونة تشغيلية** القدرة على خدمة المنازل، والمكاتب، ومواقف السيارات، والأساطيل في مواقع متعددة خلال اليوم الواحد.

**اقتصاديات وحدات قابلة للتوسع** كل وحدة متنقلة إضافية تتبع نفس هيكل التكاليف والإيرادات، ما يسهّل التوسع المتوقع.

**إيرادات متكررة محتملة** الاشتراكات والعقود مع الأساطيل تخلق دخلًا مستقرًا ومتكررًا.

### 3.2 نقاط الضعف

**الاعتماد على الظروف الجوية** الحر الشديد، والعواصف الرملية، أو الأمطار قد تعطل الجداول اليومية والإنتاجية.

**الاعتماد على الفنيين المهرة** تعتمد جودة الخدمة على التدريب والانضباط والاستمرارية.

**ضعف الظهور العلّامي في البداية** على عكس المحطات الثابتة، تحتاج الوحدات المتنقلة إلى تسويق لبناء الوعي.

**مخاطر الوحدة الواحدة (المرحلة المبكرة)** أي توقف تشغيلي ينعكس مباشرة على الإيرادات حتى يتم نشر أكثر من وحدة.

### 3.3 الفرص

**ارتفاع معدلات امتلاك السيارات في عُمان** طلب قوي مدفوع بالسيارات الخاصة والعائلية والأساطيل التجارية.

**تنامي تفضيل الخدمات عند الطلب** يزداد تقدير العملاء للراحة والخدمات المنزلية.

**عقود الشركات والأساطيل** شركات التأجير، والمكاتب، وأساطيل التوصيل، وسائقي التطبيقات توفر حجم طلب مرتفع.

**التموضع البيئي** الأساليب الموقّرة للمياه تجذب العملاء والمؤسسات المهتمة بالاستدامة.

**التمكين التقني** الحجز الإلكتروني، وأتمتة واتسّاب، وتحسين المسارات ترفع الكفاءة التشغيلية.

### 3.4 التهديدات

**ازدياد المنافسة** انخفاض حواجز الدخول قد يجذب مشغلين جدد.

**حساسية الأسعار** قد يقارن العملاء الأسعار بقوة، خصوصًا لخدمات الغسيل الأساسية.

**تقلب تكاليف الوقود والمواد** ارتفاع التكاليف قد يضغط على الهوامش.

**تغيّرات تنظيمية** قد تتشدد القيود البلدية على العمليات المتنقلة أو استخدام المياه.

### 3.5 الدلالات الاستراتيجية

- تعظيم نقاط القوة عبر الاشتراكات وعقود الأساطيل لاستقرار الإيرادات.
- معالجة نقاط الضعف بالتدريب، وهوامش الجدولة، ومعدات احتياطية.

- اقتناص الفرص باستهداف العملاء المؤسسيين مبكرًا.
- تقليل التهديدات بالتميز في الجودة والالتزام البيئي.

## 4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المصروفات التشغيلية وتوقعات 5 سنوات

جميع الأرقام تقديرية ومحافظة وبالريال العُماني. تعتمد النتائج الفعلية على كثافة المواقع، وكفاءة المسارات، والانضباط السعري، ومزيج الخدمات.

### 4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (لكل وحدة متنقلة)

**أ. التسجيل القانوني وإعداد النشاط** - حجز الاسم التجاري: 10 - 20 ر.ع (وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار) - السجل التجاري: 30 - 150 ر.ع (رسوم مخفّضة) - عضوية غرفة تجارة وصناعة عُمان: 100 - 200 ر.ع (لمدة 1-2 سنة) - رسوم خدمات سند: 50 - 100 ر.ع (حسب الخدمة) - تصاريح بلدية: 50 - 150 ر.ع (حسب النشاط)

**إجمالي التسجيل:** 100 - 500 ر.ع (SPC أو LLC)

**ب. المركبة وتجهيز الوحدة المتنقلة** - فان/بيك أب مستعمل: 4,000 - 7,000 ر.ع - تعديلات المركبة وحوامل المعدات: 300 - 700 ر.ع - الهوية البصرية والملصقات: 150 - 300 ر.ع

**إجمالي المركبة:** 4,450 - 8,000 ر.ع

**ج. المعدات والأدوات** - جهاز غسيل ضغط عالي: 300 - 600 ر.ع - خزان مياه ومضخة: 300 - 600 ر.ع - مولد كهرباء: 400 - 800 ر.ع - مكنسة صناعية: 200 - 400 ر.ع - خراطيم وبكرات وملحقات: 200 - 350 ر.ع - مواد تنظيف ومستهلكات (بداية): 150 - 300 ر.ع

**إجمالي المعدات:** 1,550 - 3,350 ر.ع

**إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية (للوحدة الواحدة)** - الحد الأدنى: حوالي 6,500 ر.ع - الحد الأعلى: حوالي 12,000 ر.ع

### 4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية (لكل وحدة)

- رواتب الموظفين: 180 - 500 ر.ع
- الوقود: 120 - 250 ر.ع
- مواد تنظيف ومستهلكات: 100 - 200 ر.ع
- صيانة المركبة: 80 - 150 ر.ع
- الهاتف، الإنترنت وأدوات الحجز: 30 - 60 ر.ع
- التسويق والعروض: 80 - 150 ر.ع
- مصروفات متنوعة: 50 - 100 ر.ع

**إجمالي المصروفات الشهرية:** 640 - 1,410 ر.ع

### 4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط سعر الغسلة (مزيج): 6.0 ر.ع
- متوسط عدد السيارات المخدومة يوميًا:
- متحفظ: 6 سيارات/يوم
- متوقع: 10 سيارات/يوم
- متفائل: 14 سيارة/يوم
- أيام التشغيل: 26 يومًا/شهر

### 4.4 توقعات الإيرادات الشهرية (لكل وحدة)

- متحفظ: حوالي 936 ر.ع
- متوقع: حوالي 1,560 ر.ع
- متفائل: حوالي 2,184 ر.ع

### 4.5 صافي الربح الشهري التقديري (لكل وحدة)

- متحفظ: الإيرادات 936 ر.ع | المصروفات 1,000 ر.ع | صافي الربح (64) ر.ع
  - متوقع: الإيرادات 1,560 ر.ع | المصروفات 900 ر.ع | صافي الربح 660 ر.ع
  - متفائل: الإيرادات 2,184 ر.ع | المصروفات 1,200 ر.ع | صافي الربح 984 ر.ع
- تتحسن الربحية بشكل ملحوظ مع الاشتراكات وعقود الأساطيل.

### 4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: 600 - 800 ر.ع
- استثمار التأسيس: 6,500 - 12,000 ر.ع
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل التقديرية: 8 - 14 شهرًا

### 4.7 التوقع المالي لخمس سنوات (سيناريو تعدد الوحدات)

- السنة 1: وحدة واحدة | الإيرادات 18,000 - 22,000 ر.ع | صافي الربح 6,000 - 8,000 ر.ع
- السنة 2: وحدتان | الإيرادات 40,000 - 48,000 ر.ع | صافي الربح 14,000 - 18,000 ر.ع
- السنة 3: ثلاث وحدات | الإيرادات 65,000 - 75,000 ر.ع | صافي الربح 24,000 - 32,000 ر.ع
- السنة 4: أربع وحدات | الإيرادات 90,000 - 110,000 ر.ع | صافي الربح 38,000 - 50,000 ر.ع
- السنة 5: خمس وحدات فأكثر | الإيرادات 130,000+ ر.ع | صافي الربح 60,000 - 80,000 ر.ع

## 5. تحليل العملاء - الخصائص السكانية، السلوك، الاحتياجات والتقسيم

### 5.1 نظرة عامة على السوق (سياق سلطنة عُمان)

تُعد سلطنة عُمان من الدول ذات معدلات امتلاك السيارات المرتفعة في المنطقة، نتيجة محدودية وسائل النقل العام والاعتماد الكبير على المركبات الخاصة. ومع نمط الحياة الحضري المتسارع، يزداد اهتمام السكان بالخدمات الموفرة للوقت والتي تُقدّم عند الطلب، مما يجعل خدمات غسيل السيارات المتنقلة خيارًا جذابًا.

**محركات الطلب الرئيسية:** - جداول عمل مزدحمة في مسقط والمناطق المحيطة. - درجات حرارة مرتفعة وغبار يستدعي تنظيفًا متكررًا للسيارات. - السكن في الشقق مع محدودية مرافق الغسيل الذاتي. - نمو أساطيل الشركات وسائقي تطبيقات التوصيل والنقل.

## 5.2 الخصائص السكانية للعملاء

**أ. العملاء السكينيون** - العمر: 25-55 سنة. - الدخل: 500 - 1,500 + ر.ع شهريًا. - الموقع: شقق، فلل، مجمعات سكنية مسورة. - نوع المركبة: سيارات سيدان، دفع رباعي، سيارات عائلية. - دافع الشراء: الراحة، النظافة، توفير الوقت.

**ب. عملاء الشركات والأساطيل** - مكاتب لديها مواقف موظفين. - شركات تأجير السيارات. - أساطيل التوصيل والخدمات اللوجستية. - سائقي تطبيقات النقل والتوصيل. - دافع الشراء: الاستمرارية، الخصومات الحجمية، الاعتمادية.

## 5.3 تحليل سلوك العملاء

**وتيرة الخدمة** - العملاء السكينيون: 2-4 غسلات شهريًا. - سائقي التطبيقات: 6-12 غسلة شهريًا. - أساطيل الشركات: أسبوعيًا أو نصف شهري.

**عوامل اتخاذ القرار** - المفاضلة بين السعر والراحة. - ثبات جودة الخدمة. - الالتزام بالمواعيد والموثوقية. - سهولة الحجز والدفع.

## 5.4 احتياجات العملاء ونقاط الألم

**الاحتياجات الأساسية** - عدم الحاجة للذهاب إلى محطات الغسيل. - مرونة في التوقيت (المنزل/المكتب). - تسعير واضح وشفاف. - تعامل احترافي مع المركبات.

**نقاط الألم التي يحلها النموذج المتنقل** - الطوابير الطويلة في المحطات الثابتة. - ساعات تشغيل غير مناسبة. - تفاوت جودة الغسيل. - غياب خدمة موثوقة متكررة.

## 5.5 تقسيم العملاء

### • الشريحة 1: المهنيون المشغولون

- يفضلون الغسيل المجدول والمتكرر.
- مستعدون للدفع مقابل الراحة.

### • الشريحة 2: العائلات

- يركزون على النظافة والاعتمادية.
- يفضلون الباقات أو الاشتراكات الشهرية.

### • الشريحة 3: سائقي النقل والتوصيل

- استخدام مرتفع وتكرار عالٍ.
- حساسية للسعر مع حجم طلب كبير.

### • الشريحة 4: عملاء الشركات والأساطيل

- علاقات تعاقدية.
- حجم كبير وهوامش أقل ولكن بإيرادات مستقرة.

## 5.6 شخصيات العملاء (Customer Personas)

- الشخصية 1 - خالد (موظف شركة، 35 سنة):

- يسكن في شقة.
- يحجز غسيل نهاية الأسبوع.
- يقدر الالتزام بالمواعيد.
- الشخصية 2 - عائشة (مالكة سيارة عائلية، 42 سنة):
- تستخدم باقات شهرية.
- تفضل فنيين موثوقين.
- الشخصية 3 - راميش (سائق توصيل، 29 سنة):
- يحتاج غسيلاً متكرراً.
- يستجيب للعروض والباقات المخفضة.

## 6. الخطة التسويقية المخصصة - الاستهداف، القنوات، التسعير واستراتيجية النمو

### 6.1 تموضع العلامة التجارية والهوية

**بيان تموضع العلامة:** خدمة غسيل سيارات متنقلة موثوقة وعند الطلب، توفر الوقت وتقدم تنظيفاً بجودة احترافية مباشرة عند موقع العميل.

**سمات العلامة الأساسية:** الراحة أولاً - احترافية وموثوقية - ثبات جودة الخدمة - تسعير شفاف - عمليات صديقة للبيئة

**عناصر الهوية:** - اسم علامة بسيط وسهل التذكر (مناسب بالعربي والإنجليزي) - هوية واضحة على المركبات وملابس موحدة للطاقم - لوحة ألوان متناسقة عبر المركبات وواتساب ووسائل التواصل الاجتماعي

### 6.2 تركيز السوق المستهدف

الشريحة	الأولوية	الرسالة الأساسية
العملاء السكنيون	عالية	اغسل سيارتك بدون ما تطلع من البيت
المهنيون المشغولون	عالية	وفر وقتك، نحن نجيك
سائقي التطبيقات والتوصيل	متوسطة	غسيل متكرر بسعر أفضل
عملاء الشركات والأساطيل	عالية	عناية موثوقة ومجدولة للأساطيل

### 6.3 استراتيجية التسعير والتجميع

**فلسفة التسعير:** راحة بسعر مناسب مع حوافز للحجم. - تسعير تنافسي للغسلات الفردية - باقات متعددة الغسلات بخصومات - خطط اشتراك شهرية - تسعير تعاقدى مخصص للأساطيل

**أمثلة الاشتراكات:** - 4 غسلات/شهر: 20 - 24 ر.ع - 8 غسلات/شهر: 36 - 44 ر.ع - عقود الأساطيل: عروض مخصصة حسب الحجم

## 6.4 قنوات استقطاب العملاء

أ. **القنوات الرقمية (الرئيسية)** - واتساب بزنس: أداة الحجز والتواصل الأساسية، ردود تلقائية وكاتالوج خدمات - إنستغرام وفيسبوك: صور قبل/بعد، عروض محلية، شهادات عملاء - خرائط جوجل والبحث المحلي: تعزيز الثقة والاكتشاف عبر التقييمات

ب. **التسويق الميداني وغير الرقمي** - منشورات في المباني السكنية - شراكات مع مديري المباني - ترويج موقعي في المكاتب - المركبات والزي الموحد كإعلانات متحركة

## 6.5 استراتيجية الإطلاق (أول 90 يومًا)

- **الشهر 1:** إطلاق تجريبي بمناطق محددة، تسعير تعريفي، جمع تقييمات
- **الشهر 2:** الترويج للاشتراكات، استهداف سائقي التطبيقات، بدء التواصل مع الشركات
- **الشهر 3:** توقيع أول عقود أساطيل، تحسين المسارات والجداول، زيادة التسويق بشكل مدروس

## 6.6 استراتيجية الاحتفاظ بالعملاء

- رسائل تذكير للغسلات المتكررة
- خصومات ولاء للعملاء طويلي الأمد
- أولوية في الجدولة للمشاركين
- متابعة جودة الخدمة بعد التنفيذ

## 6.7 خارطة النمو (5 سنوات)

السنة	تركيز التسويق	النتيجة
السنة 1	بناء الوعي والثقة	حجوزات يومية مستقرة
السنة 2	الاشتراكات والأساطيل	إيرادات متوقعة
السنة 3	التوسع بوحدات متعددة	سيطرة على المناطق
السنة 4	شراكات العلامة	كفاءة في التكاليف
السنة 5	نموذج جاهز للامتياز	نمو قابل للتوسع

## 6.8 توزيع ميزانية التسويق

- إعلانات رقمية: 80 - 150 ر.ع شهريًا
- مطبوعات ومنشورات: 30 - 50 ر.ع شهريًا
- عروض وتخفيضات: 50 - 100 ر.ع شهريًا

## 7. الخلاصة وخارطة التنفيذ

### 7.1 الجدول الزمني للتنفيذ

المرحلة	المدة
تسجيل النشاط التجاري	1-2 أسبوع
تجهيز المركبة والمعدات	2-4 أسابيع
التراخيص والموافقات	1-2 أسبوع
الإطلاق التجريبي	أسبوعان
التشغيل الكامل	الشهر الثاني

### 7.2 الخلاصة النهائية

يمثل مشروع غسيل السيارات المتنقل فرصة استثمارية منخفضة المخاطر وسريعة الوصول إلى نقطة التعادل وقابلة للتوسع بشكل كبير في سوق سلطنة عُمان. ومع تنفيذ منضبط، واستراتيجية قوية للاحتفاظ بالعملاء، وبناء شراكات فعّالة مع الأساطيل والشركات، يمكن للمشروع أن ينمو ليصبح عملية متعددة الوحدات وعلامة وطنية معروفة في مجال العناية بالسيارات.