

# **خطة عمل معرض أثاث الأطفال - عُمان**

## **1. الملخص التنفيذي**

### **1.1 نظرة عامة على المشروع**

مشروع معرض أثاث الأطفال هو مشروع تجاري متخصص في تصميم وتوريد وبيع أثاث آمن، عالي الجودة، وعملي مخصوص حصرياً للأطفال. يقدّم المعرض مجموعة مختارة بعناية تشمل أثاث الأطفال الرّضع، غرف نوم الأطفال، أثاث المذاكرة، حلول التّخزين، وقطع ديكور آمنة للأطفال.

سيكون المعرض موجوداً فعلياً في موقع تجاري باز في سلطنة عُمان (مثل مسقط)، ومدعوماً بكتالوج رقمي وحضور نشط على وسائل التواصل الاجتماعي. يأتي هذا المشروع استجابة للطلب المتزايد من العائلات الشابة، وارتفاع معدلات المواليد بين المواطنين والمقيمين، وزيادة الوعي بأهمية سلامة الأطفال، والراحة الجسدية، وجمالية التصميم.

### **1.2 أهداف المشروع**

- تأسيس علامة تجارية موثوقة متخصصة في أثاث الأطفال في سلطنة عُمان
- تقديم حلول أثاث آمنة، معتمدة، ومتينة
- استهداف شريحة الدخل المتوسط إلى فوق المتوسط
- تحقيق نقطة التعادل خلال أول 18-24 شهرًا
- التوسع مستقبلاً في المبيعات الإلكترونية وخيارات التصنيع حسب الطلب

### **1.3 الهيكل القانوني والتسجيل**

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان كأحد الخيارات التاليين: - مؤسسة فردية (SPC) - مناسبة لمالك واحد - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC) - مناسبة للشراكات أو التوسيع المستقبلي

سيتم التسجيل عبر أحد مراكز سند لضمان الالتزام وتقليل التكاليف.

التكاليف التقديرية للتسجيل والجهات الحكومية (بالي ريال العماني): - SPC: من 100 إلى 300 - LLC: من 300 إلى 500 (لـ تشتمل التأشيرات، إيجار المعرض، أو تكاليف الاستشارات)

### **1.4 نظرة عامة على المنتجات والخدمات**

- أسرّة وحضانات الأطفال الرّضع
- أسرّة الأطفال وأسرّة بطبقتين
- طاولات وكراسبي المذاكرة
- خزائن ووحدات تخزين
- غرف نوم بتصاميم مخصصة
- مرائب مخصصة للأطفال
- طلبات أثاث حسب الطلب
- خدمات التوصيل والتركيب

## **1.5 السوق المستهدف**

- العائلات الشابة (من 25 إلى 45 سنة)
- الآباء والأمهات الجدد والمنتظرون
- الأسر من ذوي الدخل المتوسط وفوق المتوسط
- العائلات المقيمة
- المدارس، الحضانات، ومراكز رعاية الأطفال (قطاع الشركات)

## **1.6 الميزة التنافسية**

- تخصص كامل في أثاث الأطفال فقط
- منتجات معتمدة وآمنة للأطفال
- تصاميم عصرية مع خيارات تخصيص
- تجربة عرض احترافية داخل المعرض
- خدمات ما بعد البيع وضمانات واضحة

## **1.7 لعنة مالية (تقديرية)**

- تكلفة التأسيس المتوقعة: من 40,000 ريال عماني إلى 80,000 ريال عماني
- الإيرادات الشهرية المتوقعة: من 6,000 إلى 15,000 ريال عماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 24-18 شهراً
- الهدف خلال 5 سنوات: عدة معارض + مبيعات إلكترونية

## **1.8 الرؤية والرسالة**

**الرؤية:** أن يصبح المعرض الوجهة الأكثر ثقة في سلطنة عمان لأثاث الأطفال الآمن، الأنique، والعملي.

**الرسالة:** دعم العائلات من خلال توفير أثاث أطفال عالي الجودة يجمع بين السلامة، الراحة، والتميز في التصميم.

---

## **2. تفاصيل المشروع - الأهداف، عرض القيمة، نطاق المنتجات، إعداد المعرض وهيكـلـ الموظفين**

### **2.1 أهداف المشروع**

**الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى):** - إكمال تسجيل المشروع عبر مركز سند والحصول على جميع الموافقات البلدية - تأمين موقع معرض استراتيجي (على شارع رئيسي أو داخل مجمع تجاري) - إطلاق المعرض بجموعة منتجات مختارة ومعتمدة من حيث السلامة - تحقيق مبيعات شهرية مستقرة خلال أول 3-6 أشهر - بناء ثقة العملاء من خلال خدمة العملاء وخدمات ما بعد البيع

**الأهداف متوسطة المدى (السنوات 2-3):** - توسيع تشكيلة المنتجات بناءً على بيانات المبيعات (التصاميم، الفئات العمرية) - إدخال خيارات أثاث مُصنَّع حسب الطلب وأثاث من قابل التعديل - بناء علاقات بيع مع الحضانات، المدارس، والمطوريين العقاريين (قطاع الشركات) - إطلاق كتالوج إلكتروني مع نظام طلبات قائم على الاستفسار

**الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5):** - افتتاح معرض ثان في مدينة رئيسية أخرى - إنشاء مجموعات أثاث بعلامة تجارية خاصة - تطوير مستودع مركزي لتحسين إدارة المخزون - تهيئة العلامة التجارية للتوسيع الإقليمي أو نظام الامتياز التجاري

## 2.2 عرض القيمة

يقدم معرض أثاث الأطفال حلول أثاث آمنة، متينة، ومصممة بعناية لتلبية احتياجات الأطفال من مرحلة الولادة وحتى سن المراهقة.

**عوامل القيمة الأساسية:** - الالتزام بمعايير سلامة الأطفال (زوايا دائرة، دهانات غير سامة) - تصميم مريح يتناسب مع كل فئة عمرية - تصاميم مخصصة وغرف ذات طابع خاص - حل متكامل لغرف الأطفال في مكان واحد - خدمات توصيل، تركيب، وضمان احترافية

## 2.3 نطاق المنتجات واستراتيجية العرض

### أولاً: التصنيف حسب الفئة العمرية

**أثاث الأطفال الرضع (0-3 سنوات):** - أسرّة وحضّانات - طاولات تغذير - كراسى هّاز - خزائن ملابس للأطفال الرضع

**أثاث الأطفال (4-10 سنوات):** - أسرّة مفردة وأسرّة بطبقين - طاولات وكراسي المذاكرة - وحدات تخزين ومنظمات ألعاب - غرف نوم بتصميم موضوعات خاصة

**أثاث المراهقين (11-16 سنة):** - أسرّة مزودة بمساحات تخزين - مكاتب دراسة وكراسي مريحة - خزائن وأرفف

**ثانياً: تمييز المنتجات** - منتجات مستوردة مقابل منتجات محلية الصنع - أثاث جاهز مقابل أثاث مُصنَّع حسب الطلب - فئات سعرية متعددة: اقتصادية، متوسطة، وفاخرة - متوسط قيمة الفاتورة: من 150 إلى 600 ريال عماني للشراء الواحد

## 2.4 إعداد المعرض والتصميم الداخلي

**المساحة المثالية للمعرض:** من 120 إلى 250 متراً مربعاً، حسب الموقع وحجم المخزون المعروض

**المناطق الرئيسية داخل المعرض:** - مناطق عرض حسب الفئة العمرية - غرف نموذجية بتصميمات متكاملة لإلهام العملاء - مكتب استشارات للطلبات الخاصة - مساحة تخزين ومكتب خلفي

**عناصر التجهيز:** - أرضيات آمنة للأطفال - إضاءة ناعمة وألوان مشرقة - لوحات إرشادية واضحة وبطاقات أسعار - منطقة جلوس مريحة للأباء والأمهات

## 2.5 سلسلة التوريد وتخفيض المخزون

- مزيج من الموردين المحليين والمصنعين المستوردين
- عدد المنتجات الأولى (SKU): من 40 إلى 70 منتجًا
- التفريقي بين المنتجات سريعة الحركة ومنتجات العرض فقط
- تطبيق نظام الطلب حسب الحاجة للقطع الكبيرة لتقليل التخزين

## 2.6 هيكل الموظفين والموارد البشرية

### الهيكل الأولي للفريق:

**مدير المعرض / المالك:** - الإشراف على المبيعات والعمليات اليومية - التنسيق مع الموردين - إدارة علاقات العملاء  
**موظفو مبيعات (1-2):** - استشارات العملاء داخل المعرض - شرح المنتجات وعرض المزايا - معالجة الطلبات والمتباينة  
**التوصيل والتركيب (متعهد خارجي / عند الطلب):** - توصيل الأثاث - التركيب والتجميع

**التكلفة الشهرية التقديرية للموظفين:** - مدير المعرض: 300 - 450 ريال عماني - موظف مبيعات (لكل موظف): 180 - 250 ريال عماني - التوصيل الخارجي: 150 - 300 ريال عماني - إجمالي الرواتب الشهرية: 630 - 1,250 ريال عماني

---

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

### 3.1 نقاط القوة

**التركيز الواضح في مجال محدد** التركيز الحصري على أثاث الأطفال يميز المعرض عن متاجر الأثاث العامة ويعزز وضوح العلامة التجارية.

**فئة منتجات عالية الثقة** يولي الآباء أهمية كبيرة للسلامة والجودة والمتانة، مما يشجع على الشراء المدروس وتكرار الزيارات.

**تجربة عرض مدروسة داخل المعرض** العروض الموضوعية وتقسيم المنتجات حسب الفئة العمرية تسهل اتخاذ القرار وترفع متوسط قيمة الطلب.

**إمكانية التخصيص** تقديم خيارات تصنيع حسب الطلب من حيث المقاسات والألوان والمواضيع يضيف قيمة ويقلل المقارنة السعرية المباشرة.

**خدمات ما بعد البيع** التوصيل والتركيب والضمان ودعم قطع الغيار تعزز العلاقات طويلة الأمد مع العملاء.

### 3.2 نقاط الضعف

**ارتفاع رأس المال المبدئي** يتطلب تجهيز المعرض وبناء المخزون استثماراً أولياً كبيراً.

**الاعتماد على المساعدة** دعم المعرض يحد من عدد المنتجات المعروضة في الوقت الواحد.

**دورة بيع طويلة** شراء الأثاث قرار متكرر ويستغرق وقتاً أطول لاتخاذه.

**مخاطر تجميد رأس المال في المخزون** بعض التصاميم بطيئة الحركة قد تؤثر على السيولة.

### 3.3 الفرص

**نمو شريحة العائلات الشابة** التوسع العمراني ومشاريع الإسكان يرفعان الطلب على أثاث الأطفال.

**ارتفاع الوعي بالسلامة** تزداد اهتمام الأهالي بالمنتجات المعتمدة والآمنة للأطفال.

**قنوات بيع للشركات (B2B)** المدارس والحضانات والعيادات والمطهرون العقاريون يوفرون فرص طلبات بالجملة.

**التخصيص والغرف ذات الطابع الخاص التصاميم الشخصية** وموضوعات الشخصيات تفتح مجالاً لـ الهوامش ربح أعلى.

**الكتالوج الرقمي والاستفسارات الإلكترونية** الحضور الرقمي يوسع نطاق الوصول خارج حركة الزوار داخل المعرض.

#### 3.4 التهديدات

**المنافسة السعرية** الأثاث منخفض التكلفة المستورد من متاجر كبرى ومنصات إلكترونية.

**الحساسية للظروف الاقتصادية** قد يؤجل العملاء شراء الأثاث خلال فترات التباطؤ الاقتصادي.

**اضطرابات سلسلة التوريد** تأخير الشحنات المستوردة قد يؤثر على جداول التسليم.

**الالتزام باللوائح** ضرورة الالتزام الصارم بمعايير سلامة المنتجات وأنظمة حماية المستهلك.

#### 3.5 الدلالات الاستراتيجية لتحليل SWOT

- التركيز على شهادات السلامة وتجربة المعرض لتبرير التسعير.
- تحسين مزيج المخزون لتقليل المنتجات بطيئة الحركة.
- تطوير قنوات B2B لتحقيق استقرار في التدفقات النقدية.
- الاستثمار في الكتالوج الرقمي لتعويض محدودية المساحة الفعلية.

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

جميع الأرقام تقديرية وبالريال العماني، وتم إعدادها بشكل تحفظي ومتواافق مع معايير قطاع التجزئة في سلطنة عمان.

#### 4.1 تكاليف التأسيس (مرة واحدة)

##### أولاً: التسجيل التجاري والإجراءات القانونية

البلد	التكاليف التقديرية (ر.ع)	ملاحظات
جز الاسم التجاري	20 - 10	وزارة التجارة والصناعة
السجل التجاري	150 - 30	رسوم مخفرة
عضوية غرفة التجارة	200 - 100	لمدة 1-2 سنة
رسوم خدمات سند	100 - 50	حسب المركز
الترخيص البلدي	150 - 50	نشاط تجاري

البلد	التكلفة التقديرية (ر.ع) ملاحظات	التكلفة التقديرية (ر.ع)
إجمالي تكلفة التسجيل	500 - 100	SPC / LLC
<b>ثانياً: تجهيز المعرض والمعدات</b>		
البلد	التكلفة التقديرية (ر.ع)	التكلفة التقديرية (ر.ع)
أعمال الديكور والنجارة	18,000 - 10,000	
الإضاءة والأعمال الكهربائية	4,000 - 2,000	
الأرضيات (آمنة للأطفال)	4,000 - 2,000	
وحدات العرض والغرف النموذجية	6,000 - 3,000	
نظام نقاط البيع والبرمجيات	1,000 - 500	
أنظمة المراقبة والأمن	1,200 - 600	
اللوحات والعلامة التجارية	1,500 - 800	
<b>إجمالي تجهيز المعرض</b>	<b>36,700 - 20,900</b>	
<b>ثالثاً: الاستثمار الأولي في المخزون</b>		
الفئة	التكلفة التقديرية (ر.ع)	التكلفة التقديرية (ر.ع)
أثاث الأطفال الرضع	12,000 - 8,000	
أثاث الأطفال	18,000 - 12,000	
أثاث المراهقين	10,000 - 6,000	
المراتب والإكسسوارات	6,000 - 4,000	
<b>إجمالي المخزون</b>	<b>46,000 - 30,000</b>	
<b>رابعاً: ما قبل الافتتاح ورأس المال التشغيلي</b>		
البلد	التكلفة التقديرية (ر.ع)	التكلفة التقديرية (ر.ع)
حملة التسويق الافتتاحية	1,500 - 800	
الخدمات والتأمينات الأولية	2,000 - 1,000	
التوظيف والتدريب	1,000 - 500	
مخصص الطوارئ	4,000 - 2,000	
<b>إجمالي ما قبل الافتتاح</b>	<b>8,500 - 4,300</b>	

**إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية:** - الحد الأدنى: حوالي 40,000 ر.ع - الحد الأعلى: حوالي 80,000 ر.ع

#### 4.2 المصاريف التشغيلية الشهرية

التكلفة الشهرية (ر.ع)	فئة المصارف
1,500 – 800	إيجار المعرض
1,250 – 630	رواتب الموظفين
250 – 120	الخدمات (كهرباء و المياه)
80 – 40	الإنترنت ونظام POS
400 – 200	التسويق والعروض
200 – 100	الصيانة والتنظيف
300 – 150	النقل والتوصيل
300 – 150	مصاريف أخرى
<b>4,280 – 2,190</b>	<b>إجمالي المصاريف الشهرية</b>

#### 4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط قيمة الفاتورة: 350 ر.ع
- عدد العمليات الشهرية:

  - متحفظ: 20 عملية
  - متوقع: 35 عملية
  - متفائل: 50 عملية

#### 4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

السينario	الإيراد الشهري (ر.ع)
متحفظ	7,000
متوقع	12,250
متفائل	17,500

#### 4.5 صافي الربح الشهري التقديرى

السينario	صافي الربح	المصاريف	الإيرادات
متحفظ	3,200	3,800	7,000
متوقع	8,750	3,500	12,250
متفائل	13,300	4,200	17,500

## 4.6 تحليل نقطة التعادل

- صافي الربح الشهري المتوقع: 9,000 - 8,000 ر.ع
- إجمالي الاستثمار المبدئي: 80,000 - 40,000 ر.ع
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 12 - 24 شهراً

## 4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة	الإيرادات (ر.ع)	صافي الربح (ر.ع)
السنة الأولى	140,000 - 120,000	55,000 - 45,000
السنة الثانية	180,000 - 150,000	70,000 - 55,000
السنة الثالثة	240,000 - 200,000	95,000 - 75,000
السنة الرابعة	300,000 - 260,000	120,000 - 100,000
السنة الخامسة	+350,000	180,000 - 140,000

تفترض السنوات 3-5 تحسن شروط الموردين، توسيع مبيعات B2B، وإمكانية افتتاح معرض ثانٍ.

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

### 5.1 سياق السوق (سلطنة عمان)

يتأثر الطلب على أثاث الأطفال في سلطنة عُمان بعدها عوامل رئيسية، تشمل نمو شريحة العائلات الشابة، والتوسيع العمراني، وزيادة الوعي بأهمية سلامة الأطفال والراحة الجسدية. غالباً ما تكون قرارات الشراء مخططة ومبنيّة على البحث والمقارنة، مع تركيز واضح على المتنانة وجودة الخدمة بعد البيع.

**الخصائص الرئيسية للسوق:** - قرارات الشراء تُتخذ على مستوى الأسرة (الآباء هم أصحاب القرار الأساسي) - شهادات السلامة وجودة المواد تؤثر بشكل كبير على الاختيار - تجربة العرض داخل المعرض تلعب دوراً مهماً في تحويل الزوار إلى مشترين

### 5.2 شرائح العملاء الرئيسية

**الشريحة (أ): الآباء والأمهات الجدد أو المنتظرون (B2C)** - العمر: 25-35 سنة - مشترون لأول مرة - المنتجات: أسرة الرضع، طاولات تغذية، خزانة - عوامل القرار: السلامة، التوصيات، الضمان - متوسط قيمة الشراء: 250 - 600 ريال عُماني

**الشريحة (ب): العائلات في مرحلة النمو (B2C)** - العمر: 30-45 سنة - تجديد غرف الأطفال - المنتجات: الأسرة، أثاث المذاكرة، وحدات التخزين - عوامل القرار: المتنانة، التصميم، القيمة مقابل السعر - متوسط قيمة الشراء: 350 - 800 ريال عُماني

**الشريحة (ج): العائلات المقيمة (B2C)** - دخل متوسط إلى مرتفع - تفضيل التصاميم العصرية - استعداد أعلى للدفع مقابل الجودة

**الشريحة (د): المؤسسات (B2B)** - الحضانات، المدارس، العيادات، والمطهرون - مشتريات بالجملة - عوامل القرار: ثبات السعر، الالتزام بالمواعيد، المطابقة للمعايير

### 5.3 الملف الديموغرافي للعملاء

الخاصية	الوصف
عمر المشترين	45-25 سنة
دخل الأسرة	+ ريال عُماني 2,000 - 600
الموقع	مناطق حضرية وشبه حضرية
حجم الأسرة	4-1 أطفال

### 5.4 سلوك الشراء

**وتيرة الشراء:** - أثاث الرفع: مرة واحدة لكل طفل - أثاث الأطفال: كل 3-5 سنوات - أثاث المذاكرة: كل 2-4 سنوات

**محفزات الشراء:** - الانتقال إلى منزل جديد - قدوم مولود جديد - موسم العودة إلى المدارس - مراحل نمو الطفل

**عملية اتخاذ القرار:** - البحث عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي - زيارة المعرض - مقارنة معايير السلامة والأسعار - اتخاذ القرار النهائي بتوافق الأسرة

### 5.5 احتياجات العملاء وتوقعاتهم

**الاحتياجات الأساسية:** - منتجات معتمدة وآمنة للأطفال - متانة طويلة الأمد - أسعار واضحة وضمانات مفهومة - توصيل وتركيب احترافي

**نقاط الألم الشائعة:** - منتجات منخفضة الجودة - تأخر في التسليم - ضعف خدمات ما بعد البيع - محدودية خيارات التخصيص

### 5.6 شخصيات المشترين (Buyer Personas)

**الشخصية 1: عائلة (أم جديدة، 29 سنة)** - الأولوية: السلامة والجودة - الميزانية: متوسطة - سرعة القرار: سريعة (بحكم الوقت)

**الشخصية 2: خالد (أب لطفلين، 38 سنة)** - الأولوية: المتانة والقيمة - الميزانية: متوسطة إلى مرتفعة - سرعة القرار: متوسطة

**الشخصية 3: مدير حضانة (قطاع الشركات)** - الأولوية: الالتزام بالمعايير والأسعار بالجملة - الميزانية: حسب الكميات - سرعة القرار: بطيئة نسبياً ولكن بقيمة عالية

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

### **6.1 تموـض العلـمة التجـارـية والرسـائل**

**بيان التمـوضـع:** معرض موثـق لـأثـاث الـأطـفال الـآمنـ، يـقدم حلــواً أـنيـقة، متــينة، وــمنــاســبة لــكــل مرــحلــة عمرــيــة لــالــعــائــلات العــصــرــيــة فــي ســلــطــة عــمــانــ.

**الرســائل الأساسية للــعلــمة التجــارــية:** - الســلامــة أــولــاً، مع شــهــادــات مــعــتمــدة - تصــمــيم يــنــاســب نــمو الــأــطــفــال - جــودــة تــدوــم مع خــدــمــة ما بــعــد البيــع - حلــمــتــكــاــلــلــلــأــطــفــالــ فــي مــكــانــ وــاحــدــ

### **6.2 استراتــيجــيــة الاستــهدــافــ**

الرســالة الرــئــيــســية	الهدف	الــشــريــحة
السلامــة وــراــحة الــبــالــ	الــشــراء الأولــ	الــآــبــاء الجــددــ
الــعــتــانــة وــالتــصــمــيم	تطــوــير الغــرفــ	الــعــائــلــات النــاميــةــ
عــصــرــيــة وــجــودــة	مــبيــعــات مــميــزةــ	الــعــائــلــات المــقــيــمةــ
المــدارــس وــالــحــضــانــات	طلــبات بالــجــملــةــ	الــمــدارــس وــالــمــؤــوقــيــةــ

### **6.3 استراتــيجــيــة التــســعــيرــ**

**نمــوذــجــ التــســعــيرــ:** تســعــيرــ متــدــرــجــ إــلــى الفــئةــ المــعــيــزةــ - منــتجــات الدــخــولــ: 120 - 250 ريال عــمــانــيــ - المنتــجــاتــ المــتوــســطــةــ: 250 - 600 ريال عــمــانــيــ - المنتــجــاتــ المــعــيــزةــ / حــســبــ الــطــلــبــ: 600 - 1,200+ ريال عــمــانــيــ

**أــدــوات التــســعــيرــ التــكــيــكــيــةــ:** - باــقــاتــ مــجمــعــةــ (سرــيرــ + مرــتبــةــ + وــحدــةــ تخــزــينــ) - خــصــومــاتــ موــســعــيــةــ (الــعــودــةــ للمــدــارــســ) - تســعــيرــ خــاصــ لــلــمــؤــســســاتــ (B2B)

### **6.4 القــنــوــات التــســويــقــيــةــ**

**أــوــلــاــ: القــنــوــات الرــقــمــيــةــ (الأــســاســيــةــ)** - إنــســتــغــرــامــ وــفــيــســبــوكــ: - منــشــورــاتــ إــلــهــامــ لــتــصــمــيمــ الغــرفــ - صــورــ قــبــلــ/ــبــعــدــ التــرــكــيبــ - مــحتــوىــ مــوــجــهــ لــلــآــبــاءــ وــالــأــمــهــاتــ - خــرــائــطــ جــوــجــلــ وــتــحــســينــ الــظــهــورــ العــلــيــ: - إــدــرــاجــ المــعــرــضــ بــشــكــلــ وــاــضــحــ - مــرــاجــعــاتــ العــمــلــاءــ وــصــورــ المــعــرــضــ - وــاتــســابــ بــزــنــســ: - كــتــالــوــجــ الــمــعــنــجــاتــ - حــجزــ المــوــاعــيدــ - منــاقــشــةــ الــطــلــبــاتــ الــخــاصــةــ

**ثــانيــاــ: القــنــوــات غــير الرــقــمــيــةــ** - فــعــالــيــاتــ دــاخــلــ المــعــرــضــ وأــيــامــ مــفــتوــحةــ - شــراــكــاتــ معــ عــيــادــاتــ الــأــمــوــمــةــ وــالــمــســتــشــفــيــاتــ - تــوزــيعــ كــتــيبــاتــ فــيــ المــدــارــســ وــالــحــضــانــاتــ - أــنــشــطــةــ دــاخــلــ الــمــجــمــعــاتــ التجــارــيــةــ (عــنــدــ توــفــرــهاــ)

### **6.5 التــقــوــيــم التــرــوــيــجــيــ**

**مرحلة الإــطــلاــقــ (أــوــلــ 90 يــوــهــاــ):** - خــصــومــاتــ أــســبــوعــ الــافتــاحــ - عــرــوــضــ تــوــصــيلــ وــتــرــكــيبــ مــجــانــيــ - زــيــارــاتــ مــؤــثــرــينــ وــأــمــهــاتــ مــدوــنــاتــ

**الــعــروــضــ المــســتــمــرــةــ:** - حــمــلــاتــ الــعــودــةــ للمــدــارــســ - عــرــوــضــ الــمــوــاــســمــ وــالــأــعــيــادــ - مــزاــياــ وــلــلــعــمــلــاءــ المــتــكــرــرــيــنــ

## 6.6 الشراكات والتحالفات

- الحضانات والمدارس (مورد مفضل)
- المطورون العقاريون (مشاريع إسكان جديدة)
- مصممو الديكور الداخلي
- عيادات الأطفال والمستشفيات

## 6.7 خارطة طريق المبيعات والنمو (5 سنوات)

السنة	مدور التركيز	النتيجة
السنة الأولى	بناء الوعي بالعلامة	مبيعات مستقرة
السنة الثانية	الكتالوج الإلكتروني	زيادة الاستفسارات
السنة الثالثة	B2B	استقرار الإيرادات
السنة الرابعة	عرض ثانٍ	توسيع السوق
السنة الخامسة	علامة تجارية خاصة	ملكية العلامة

## 6.8 توزيع ميزانية التسويق

- الإعلانات الرقمية: 250 - 400 ريال عماني شهرياً
- التعاون مع المؤثرين: 100 - 200 ريال عماني شهرياً
- الطباعة والفعاليات: 80 - 150 ريال عماني شهرياً

## 7. الخاتمة وخاتمة التنفيذ

### 7.1 الجدول الزمني للتنفيذ

المرحلة	المدة الزمنية
تسجيل المشروع	2-1 أسبوع
استئجار المعرض وتجهيزه	10-6 أسابيع
التعاقد مع الموردين	6-4 أسابيع
توظيف وتدريب الموظفين	3-2 أسابيع
إطلاق التجربة	أسبوعان
التشغيل الكامل	الشهر الثالث

### 7.2 التقييم النهائي

يمثل مشروع معرض أثاث الأطفال فرصة تجارية مستدامة وقابلة للتتوسيع في قطاع التجزئة بسلطنة عمان، مدفوعاً بالنمو الديموغرافي، وارتفاع الوعي بسلامة الأطفال، والطلب المتزايد على حلول منزلية عالية الجودة. ومع إدارة

منضبطة للمخزون، وبناء علامة تجارية قوية، وتركيز على خدمة العملاء، يمكن للمشروع تحقيق الربحية خلال أول عامين والتوسيع مستقبلاً إلى عدة مواقع أو تطوير منتجات بعلامة تجارية خاصة.