

كيف تبدأ مشروع كشك إكسسوارات في عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع كشك الإكسسوارات في سلطنة عُمان هو مشروع تجزئة صغير يركز على بيع إكسسوارات الموضة ونمط الحياة ذات الطلب العالي من خلال كشك مدمج يتم وضعه في مراكز التسوق، الهايبرماركت، المجمعات التجارية، أو الأماكن العامة ذات الكثافة العالية من الزوار.

سيقدم الكشك مجموعة مختارة بعناية من إكسسوارات الهواتف المحمولة، وإكسسوارات الموضة، ومنتجات الشراء السريع، مستهدفاً الطلبة، والمهنيين الشباب، والعائلات، والسياح. ويستفيد نموذج العمل من انخفاض تكاليف التأسيس، وارتفاع معدل دوران المنتجات، والاعتماد على عدد محدود من الموظفين، مع إمكانية التوسع التدريجي في المخزون.

يُعد هذا المشروع مناسباً بشكل خاص لرواد الأعمال الجدد نظراً لانخفاض مستوى المخاطر، وسرعة الإطلاق، وإمكانية الوصول إلى نقطة التعادل خلال فترة زمنية قصيرة.

1.2 الهيكل القانوني للمشروع

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان كأحد الخيارين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC) - الخيار الأكثر شيوعاً والأقل تكلفة لمشاريع الأكشاك - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC) - مناسبة في حال وجود شركاء أو خطط توسع مستقبلية

سيتم استكمال إجراءات التسجيل عبر مركز سند، مما يساهم في الحفاظ على انخفاض تكاليف التأسيس.

التكلفة التقديرية للتسجيل والإجراءات الحكومية: - المؤسسة الفردية (SPC): من 100 إلى 300 ريال عُماني - الشركة ذات المسؤولية المحدودة (LLC): من 300 إلى 500 ريال عُماني (باستثناء التأشيرات، وودائع إيجار المول، والخدمات الاستشارية المتميزة)

1.3 المنتجات والفئات

سيقوم كشك الإكسسوارات عادةً ببيع المنتجات التالية: - إكسسوارات الهواتف المحمولة (الشواحن، الكيابل، الباور بانك، سماعات الأذن) - أغذية الهواتف وواقيات الشاشة - الساعات (ساعات موضة وساعات ذكية مقلدة حيثما يسمح القانون) - النظارات الشمسية - المحافظ، الأحزمة، القبعات - الإكسسوارات غير الثمينة - الهدايا ومنتجات الشراء السريع

سيتم اختيار المنتجات بناءً على سرعة دورانها، وجاذبية هامش الربح، ومتطلبات التخزين المحدودة.

1.4 السوق المستهدف

- زوار مراكز التسوق
- الطلبة والشباب
- الموظفون والعاملون في المكاتب
- السياح

• العائلات خلال فترات المساء وعطلات نهاية الأسبوع

1.5 الميزة التنافسية

- موقع بيع عالي الوضوح والجاذبية
- الاعتماد على سلوك الشراء الاندفاعي
- الحاجة إلى عدد محدود من الموظفين
- مرونة في تنويع المنتجات
- سرعة دوران المخزون

1.6 لمحة مالية (ملخص)

- تكلفة التأسيس التقديرية: من 6,000 إلى 12,000 ريال عُُماني
- متوسط الإيرادات الشهرية: من 1,800 إلى 4,500 ريال عُُماني
- هامش الربح الإجمالي: من 40% إلى 65%
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: من 6 إلى 12 شهرًا

1.7 الرؤية والرسالة

الرؤية: بناء علامة تجارية مربحة وقابلة للتوسع في مجال بيع الإكسسوارات عبر مواقع تجارية رئيسية في سلطنة عُمان.

الرسالة: تقديم إكسسوارات عصرية، ميسورة التكلفة، وموثوقة من خلال مواقع أكشاك مريحة، مع توفير خدمة عملاء متميزة.

2. تفاصيل المشروع - الأهداف، القيمة المقترحة، المنتجات، إعداد الكشك وهيكل الموظفين

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى): - تسجيل المشروع كمؤسسة فردية (SPC) أو شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC) عبر مركز سند - تأمين موقع كشك داخل مركز تسوق أو هايبرماركت أو منطقة تجارية ذات كثافة عالية - إطلاق العمليات التشغيلية بمجموعة منتجات مركزة وسريعة الدوران - تحقيق مبيعات شهرية مستقرة خلال أول 3-4 أشهر - الوصول إلى نقطة التعادل خلال فترة تتراوح بين 6-12 شهرًا

الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3): - تحسين تشكيلة المنتجات بناءً على بيانات المبيعات - إدخال منتجات تحمل علامة خاصة أو إكسسوارات حصريّة - تأمين مواقع أكشاك إضافية في مراكز تسوق أو مدن أخرى - بناء علاقات قوية مع الموردين لتحسين هوامش الربح

الأهداف طويلة المدى (السنين 4-5): - تشغيل عدة أكشاك في مختلف أنحاء سلطنة عُمان - إنشاء نظام مركزي لتوريد وإدارة المخزون - استكشاف فرص الامتياز التجاري أو الترخيص - بناء علامة تجارية معروفة في قطاع بيع الإكسسوارات بالتجزئة

2.2 القيمة المقترحة

يقدم كشك الإكسسوارات منتجات عصرية، عملية، وبأسعار مناسبة في مواقع يتواجد فيها العملاء أصلاً، مما يتيح الاستفادة من قرارات الشراء السريعة دون مجهود إضافي من العميل.

محركات القيمة الأساسية: - السهولة: سهولة الوصول داخل المراكز التجارية والمناطق الحيوية - **مواكبة الموضة:** تحديث مستمر للتصاميم والأنماط - **أسعار تنافسية:** تكاليف تشغيل أقل مقارنة بالمحلات التقليدية - **التوفر الفوري:** لا حاجة للانتظار أو التوصليل - **خدمة سريعة وودودة**

2.3 تشكيلة المنتجات واستراتيجية التسعير

أولاً: فئات المنتجات الأساسية

إكسسوارات الهواتف المحمولة (عالية الدوران): - كوابل الشحن والمحولات - أجهزة الباور بنك - سماعات الأذن وإكسسوارات البلوتوث

حماية الهواتف: - أغطية الهواتف لمختلف الموديلات - واقيات الشاشة وعدسات الكاميرا

إكسسوارات الموضة: - نظارات شمسية - ساعات (غير ثمينة) - محافظ، أحزمة، قبعات

منتجات الشراء السريع والهدايا: - سلاسل مفاتيح - مجموعات هدايا صغيرة - منتجات عصرية حسب التوجهات

ثانياً: إرشادات التسعير

نوع المنتج	متوسط سعر البيع (ريال عُُماني)	هامش الربح المتوقع
الكوابل والشواحن	4.000 - 2.000	60% - 40%
أغطية الهواتف	3.000 - 1.500	65% - 50%
أجهزة الباور بنك	12.000 - 6.000	45% - 30%
النظارات الشمسية	8.000 - 3.000	70% - 50%
الساعات	15.000 - 5.000	60% - 40%

2.4 إعداد الكشك والمعدات

مواصفات الكشك: - المساحة: من 4 إلى 6 أمتار مربعة (كشك نموذجي داخل المول) - كاونتر مُصمم خصيصاً مع وحدات تخزين قابلة للإغلاق - واجهات عرض زجاجية لزيادة وضوح المنتجات

تكاليف التجهيز والتشغيل:

العنصر	التكلفة التقديرية (ريال عُُماني)
تصنيع الكشك والعلامة التجارية	4,000 - 2,000

العنصر	التكلفة التقديرية (ريال عُُماني)
وحدات العرض والواجهات الزجاجية	1,500 – 800
الإضاءة والتجهيزات الكهربائية	600 – 300
نظام نقاط البيع وصندوق النقد	600 – 300
اللافتات والمواد البصرية الأولية	400 – 200
الإجمالي الفرعي - إعداد الكشك	7,100 – 3,600

2.5 هيكل الموظفين والموارد البشرية

نموذج التوظيف الأولي:

مندوب مبيعات (موظف واحد): - التعامل مع العملاء وإتمام عمليات البيع - شرح واختبار المنتجات - إدارة النقد ونظام نقاط البيع

المالك / المدير: - إعادة تعبئة المخزون - التنسيق مع الموردين - المتابعة المالية والتسويق

التكلفة الشهرية التقديرية للموظفين: - راتب مندوب المبيعات: 180 – 250 ريال عُُماني - إجمالي الرواتب (مبدئيًا): 180 – 250 ريال عُُماني شهريًا

2.6 نموذج التشغيل

- ساعات العمل متوافقة مع مواعيد عمل المول
- إعادة تعبئة مخزون صغيرة ومتكررة
- متابعة المبيعات اليومية وتحليل المنتجات سريعة الحركة
- دورة تزويد أسبوعية من الموردين

3. تحليل SWOT - مشروع كشك الإكسسوارات

3.1 نقاط القوة

- **انخفاض تكلفة التأسيس:** مقارنة بالمحلات التجارية الكاملة، يتطلب الكشك استثمارًا رأسماليًا محدودًا، مما يجعله مناسبًا لرواد الأعمال لأول مرة.
- **الاستفادة من كثافة الزوار:** مواقع المراكز التجارية والهايبرماركت توفر تدفقًا مستمرًا للعملاء دون الحاجة إلى إنفاق كبير على الإعلانات.
- **سلوك الشراء الاندفاعي:** غالبًا ما تكون الإكسسوارات مشتريات غير مخطط لها، مما يرفع معدلات التحويل.
- **هوامش ربح مرتفعة:** توفر العديد من الإكسسوارات هوامش ربح تتراوح بين 40% و70%.
- **بساطة العمليات التشغيلية:** لا يوجد إنتاج، وعدد محدود من الموظفين، وإدارة مخزون سهلة.

3.2 نقاط الضعف

- **الاعتماد على الموقع:** تتأثر المبيعات بشكل كبير بحركة الزوار داخل المول وموقع الكشك نفسه.

- **محدودية مساحة العرض:** المساحة المحدودة تقلل من تنوع المنتجات وإمكانية تخزين كميات كبيرة.
- **تكاليف الإيجار في المولات:** المواقع المميزة غالباً ما تكون مصحوبة بإيجارات مرتفعة أو نسب مشاركة من الإيرادات.
- **الحساسية تجاه التوجهات:** بعض المنتجات قد تصبح غير مطلوبة خلال فترة قصيرة.

3.3 الفرص

- **نمو ثقافة المراكز التجارية في عُمان:** افتتاح مراكز تسوق ونمط حياة جديدة يزيد من فرص الأكشاك.
- **ارتفاع استخدام الهواتف الذكية:** الطلب المستمر على إكسسوارات الهواتف المحمولة.
- **ذروات المبيعات الموسمية:** المواسم والأعياد وفترات السياحة تعزز عمليات الشراء السريع.
- **المنتجات ذات العلامة الخاصة:** تطوير منتجات حصرية بعلامة تجارية خاصة يزيد من هوامش الربح والتميز.
- **التوسع عبر عدة أكشاك:** سهولة تكرار النموذج في مواقع متعددة.

3.4 التهديدات

- **حدة المنافسة:** وجود عدد كبير من الأكشاك التي تبيع منتجات متشابهة.
- **حروب الأسعار:** قيام العملاء بمقارنة الأسعار بين الأكشاك المتجاورة.
- **تغير سياسات المولات:** أي تعديل في شروط الإيجار أو اللوائح التشغيلية قد يؤثر على الربحية.
- **اعتمادية الموردين:** الاعتماد على توفر المخزون في الوقت المناسب من الموردين.

3.5 الدلالات الاستراتيجية

- التركيز على التصميم الفريدة والعروض المجمعلة لتفادي المنافسة السعرية المباشرة.
- التفاوض على شروط إيجار مرنة كلما أمكن.
- الحفاظ على سرعة دوران المخزون ومتابعة التوجهات باستمرار.
- تطوير إكسسوارات تحمل علامة تجارية خاصة لتعزيز ولاء العملاء.

4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المصروفات الشهرية والتوقعات لخمس سنوات

جميع الأرقام الواردة تقديرية ومحافضة، ومقدمة بالريال العُماني. يعتمد الأداء الفعلي على موقع المول، وكثافة الزوار، وتشكيلة المنتجات، والانضباط في إدارة المخزون.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار الأولي)

أولاً: تسجيل المشروع والإجراءات القانونية

العنصر	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)	ملاحظات
حجز الاسم التجاري	10 - 20	وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار
السجل التجاري	30 - 150	رسوم مخفضة
غرفة تجارة وصناعة عُمان	100 - 200	لمدة 1-2 سنة
رسوم خدمات سند	50 - 100	تختلف حسب الخدمة

العنصر	التكلفة التقديرية (ريال عُمانى)	ملاحظات
الرخصة البلدية	150 - 50	حسب النشاط
إجمالي تكلفة التسجيل	500 - 100	مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة

ثانيًا: تكاليف الكشك والمول

العنصر	التكلفة التقديرية (ريال عُمانى)
تصنيع الكشك والعلامة التجارية	4,000 - 2,000
وحدات العرض والإضاءة	1,500 - 800
نظام نقاط البيع	600 - 300
وديعة تأمين المول	2,500 - 1,000
رسوم التسويق الأولية للمول	500 - 200
الإجمالي الفرعي - الكشك والمول	9,100 - 4,300

ثالثًا: المخزون الأولي وما قبل الافتتاح

العنصر	التكلفة التقديرية (ريال عُمانى)
شراء المخزون الأولي	3,000 - 1,500
التغليف والأكياس	200 - 100
عروض الافتتاح	400 - 200
احتياطي للطوارئ	700 - 300
الإجمالي الفرعي - المخزون والإطلاق	4,300 - 2,100

إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية: - الحد الأدنى: حوالي 6,500 ريال عُمانى - الحد الأعلى: حوالي 12,000 ريال عُمانى

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

فئة المصروف	التكلفة الشهرية التقديرية (ريال عُمانى)
إيجار المول / نسبة من الإيرادات	900 - 400
رواتب الموظفين	250 - 180
إعادة تعبئة المخزون (تكلفة البضاعة المباعة)	1,500 - 600
الخدمات / نقاط البيع / الإنترنت	80 - 40
التسويق والعروض الترويجية	150 - 80

فئة المصروف	التكلفة الشهرية التقديرية (ريال عُماني)
مصروفات متفرقة	100 - 50
إجمالي المصروفات الشهرية	2,980 - 1,350

4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط عدد المارة يوميًا أمام الكشك: 800 - 1,500 شخص
- معدل التحويل: 2% - 4%
- متوسط قيمة الفاتورة: 5,000 ريال عُماني
- عدد أيام التشغيل: 30 يومًا في الشهر

4.4 التوقعات الشهرية للإيرادات

السيناريو	الإيرادات الشهرية (ريال عُماني)
محافظ	2,500 - 1,800
متوقع	4,500 - 3,000
متفائل	7,000 - 5,500

4.5 صافي الربح الشهري التقديري

السيناريو	الإيرادات	المصروفات	صافي الربح
محافظ	2,200	1,900	300
متوقع	3,800	2,300	1,500
متفائل	6,200	2,900	3,300

4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح المتوقع: 1,200 - 1,500 ريال عُماني شهريًا
- تكلفة التأسيس: 6,500 - 12,000 ريال عُماني

🕒 فترة الوصول إلى نقطة التعادل المقدرة: من 6 إلى 10 أشهر

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة	الإيرادات (ريال عُماني)	صافي الربح (ريال عُماني)
السنة الأولى	45,000 - 40,000	16,000 - 12,000
السنة الثانية	65,000 - 55,000	25,000 - 18,000
السنة الثالثة	95,000 - 80,000	40,000 - 30,000

السنة	الإيرادات (ريال عُُماني)	صافي الربح (ريال عُُماني)
السنة الرابعة	130,000 - 110,000	60,000 - 45,000
السنة الخامسة	+150,000	90,000 - 70,000

ملاحظة: تفترض السنوات من الثالثة إلى الخامسة إضافة 2-3 أكشاك جديدة.

5. تحليل العملاء - الخصائص السكانية، السلوك والتقسيم

5.1 سياق السوق (عُمان - المراكز التجارية والمناطق التجارية)

تزدهر أكشاك الإكسسوارات في سلطنة عُمان بشكل أساسي داخل مراكز التسوق، والهايبرماركت، ومراكز نمط الحياة، حيث يكون لدى العملاء استعداد للشراء أو يكونون في حالة استرخاء وانفتاح على قرارات الشراء الاندفاعي. تؤثر ساعات المساء، وعطلات نهاية الأسبوع، وفترات صرف الرواتب، والمواسم الاحتفالية بشكل كبير على أداء المبيعات.

الخصائص الرئيسية للسوق: - كثافة عالية للزوار خلال المساء وعطلات نهاية الأسبوع - سلوك شراء اندفاعي قوي - مزيج من المشتريات المخطط لها (إكسسوارات الهواتف) وغير المخطط لها (إكسسوارات الموضة) - تفضيل وضوح الأسعار وسرعة اتخاذ القرار

5.2 الخصائص السكانية للعملاء

أولاً: التقسيم حسب العمر

من 15 إلى 24 سنة (الطلبة والشباب): - متأثرون بشكل كبير بالموضة والاتجاهات - حساسية عالية للأسعار مع حجم شراء جيد - تأثر قوي بوسائل التواصل الاجتماعي - يفضلون أغطية الهواتف، السماعات، والمنتجات العصرية

من 25 إلى 40 سنة (المهنيون العاملون): - يركزون على الراحة وسهولة الشراء - يشترون إكسسوارات الهواتف بدافع الحاجة - حساسية سعرية متوسطة - يفضلون المنتجات العملية والمتينة

من 41 إلى 55 سنة (العائلات والمشترون الناضجون): - معدل شراء أقل - التركيز على الاستخدام العملي والهدايا - يفضلون الإكسسوارات الكلاسيكية والموثوقة

ثانياً: التقسيم حسب الدخل

فئة الدخل	الدخل الشهري (ريال عُُماني)	سلوك الشراء
منخفض	أقل من 400	يركز على الخصومات والشراء الاندفاعي
متوسط	400 - 900	قيمة مقابل السعر
متوسط مرتفع	+900	الراحة والجودة

5.3 تحليل سلوك العملاء

محفزات الشراء: - تلف الهاتف أو مشاكل البطارية - الجاذبية البصرية للمنتجات المعروضة - العروض الترويجية والباقات المجمعة - احتياجات الهدايا الموسمية

توقيت الشراء: - أيام الأسبوع: من 5:00 مساءً إلى 10:00 مساءً - عطلات نهاية الأسبوع: طوال اليوم (ذروة في المساء) - الذروات الموسمية: رمضان، العيد، مهرجانات التخفيضات، المواسم السياحية

وتيرة الشراء: - الشباب والطلبة: 2-3 مرات شهرياً - المهنيون: 1-2 مرة شهرياً - العائلات: شراء متقطع أو موسمي

5.4 احتياجات العملاء ونقاط الألم

الاحتياجات الأساسية: - أسعار مناسبة - ضمان توافق المنتج مع الجهاز - توفر فوري للمنتج - سياسة واضحة للضمان أو الاستبدال

نقاط الألم (يعالجها نموذج الكشف): - ارتفاع الأسعار في المتاجر ذات العلامات التجارية - محدودية الخيارات في السوبرماركت - فترات الانتظار الطويلة في محلات الإلكترونيات

5.5 تقسيم العملاء

الشريحة 1: الطلبة والشباب - المنتجات: أغذية الهواتف، السماعات، المنتجات العصرية - النطاق السعري: 1.500 - 5.000 ريال عُُماني - التفاعل مع العروض: مرتفع

الشريحة 2: المهنيون العاملون - المنتجات: الشواحن، الباور بانك، واقيات الشاشة - النطاق السعري: 3.000 - 10.000 ريال عُُماني - التفاعل مع العروض: متوسط

الشريحة 3: العائلات ومشترو الهدايا - المنتجات: نظارات شمسية، ساعات، مجموعات هدايا - النطاق السعري: 5.000 - 15.000 ريال عُُماني - التفاعل مع العروض: متوسط إلى مرتفع خلال المواسم

الشريحة 4: السياح - المنتجات: هدايا، إكسسوارات، تذكارات - النطاق السعري: 4.000 - 12.000 ريال عُُماني - التفاعل مع العروض: مرتفع عند تقديم باقات مجمعة

5.6 شخصيات العملاء النموذجية

الشخصية 1 - خالد (طالب جامعي، 20 سنة): - حريص على الميزانية - يتأثر بالعرض البصري - يشتري إكسسوارات الهواتف بشكل متكرر

الشخصية 2 - سارة (موظفة مكتبية، 29 سنة): - تشتري بدافع الحاجة - تقدر السرعة والموثوقية - تفضل المنتجات ذات المظهر المميز

الشخصية 3 - أحمد (رب أسرة، 44 سنة): - يشتري الهدايا خلال عطلات نهاية الأسبوع - يقدر الوضوح والثقة في التسعير

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

6.1 تموضع العلامة التجارية والهوية

بيان تموضع العلامة التجارية: كشك إكسسوارات مريح، عصري، وبأسعار مناسبة، يقدم منتجات يومية عالية الجودة ومنتجات شراء سريع في مواقع ذات كثافة عالية من الزوار في مختلف أنحاء سلطنة عُمان.

شخصية العلامة التجارية: - عصرية وشبابية - موثوقة - مواكبة للاتجاهات - قائمة على القيمة مقابل السعر

عناصر العلامة التجارية: - اسم علامة تجارية قصير وسهل التذكر (مناسب بالعربية والإنجليزية) - تصميم كشك نظيف ومشرق مع إضاءة قوية - عرض أسعار واضح على المنتجات (بطاقات الأسعار تقلل التردد) - موظفون بزي موحد مع بطاقات تعريف بالأسماء

6.2 استراتيجية العرض المرئي (عامل حاسم لنجاح الأكشاك)

- وضع المنتجات الأكثر مبيعًا على مستوى النظر
- استخدام إضاءة LED قوية تركز على المنتجات المميزة
- تجميع المنتجات حسب الاستخدام (حماية الهاتف، الشحن، الهدايا)
- عرض محدود مع تحديث دوري كل 2-3 أسابيع
- لافتات ترويجية للباقات والعروض الخاصة

6.3 استراتيجية الاستهداف

الرسالة الأساسية	الهدف الرئيسي	الشريحة
عصري وبأسعار مناسبة	زيادة حجم المبيعات	الطلبة والشباب
سريع وموثوق	تلبية الاحتياجات السريعة	المهنيون
موثوق ومريح	مبيعات الهدايا	العائلات
عملي ومحلي	هدايا سريعة	السياح

6.4 استراتيجية التسعير والباقات

النهج الأساسي للتسعير: التسعير القائم على القيمة مع تحفيز الشراء من خلال الباقات المجمعة.

- المنتجات الأساسية تجذب الزوار
- الباقات تزيد متوسط قيمة الفاتورة

الباقات الشائعة: - غطاء هاتف + واقى شاشة (خصم 5-10%) - شاحن + كابل - نظارة شمسية + علبة - اشتر قطعتين واحصل على الثالثة بسعر مخفض

6.5 الاستراتيجية الترويجية

مرحلة الإطلاق (أول 60 يومًا): - خصومات يوم الافتتاح - هدية مجانية عند حد أدنى للشراء - إدراج الإعلان ضمن إعلانات المول (حيثما أمكن) - منشورات وقصص إطلاق على وسائل التواصل الاجتماعي

العروض المستمرة: - عروض نهاية الأسبوع - عروض فترة صرف الرواتب - عروض المواسم (رمضان، العيد، اليوم الوطني) - خصومات سريعة على المنتجات بطيئة الحركة

6.6 القنوات التسويقية الرقمية وقنوات المول

القنوات الرقمية (مساندة): - صفحة إنستغرام لعرض المنتجات الجديدة - واتساب للأعمال للتواصل مع العملاء المتكررين - التواجد على خرائط جوجل (في حال سماح المول)

قنوات المول (الأساسية): - شاشات LED والملصقات داخل المول (إن توفرت) - المشاركة في فعاليات المول ومهرجانات التخفيضات - التعاون مع المتاجر المجاورة

6.7 استراتيجية الاحتفاظ بالعملاء

- بطاقات ولاء بسيطة (اشترِ 5 واحصل على السادس مجانًا)
- بث العروض عبر واتساب
- ضمان أو سياسة استبدال واضحة (عند التطبيق)
- خدمة ودودة وإرشاد واضح للمنتجات

6.8 توزيع ميزانية التسويق

النشاط	الميزانية الشهرية (ريال عُُماني)
عروض المول	40 - 80
إعلانات رقمية ومحتوى	40 - 70
عروض وهدايا	30 - 60
إجمالي ميزانية التسويق	110 - 210

6.9 خارطة طريق النمو وبناء العلامة التجارية لخمس سنوات

السنة	مجال التركيز	النتيجة المتوقعة
السنة الأولى	زيادة الظهور	استقرار مبيعات الكشك
السنة الثانية	حصريّة المنتجات	هوامش ربح أعلى
السنة الثالثة	كشك ثانٍ وثالث	توسع السوق
السنة الرابعة	توريد مركزي	تحسين التكاليف
السنة الخامسة	نموذج الامتياز التجاري	قابلية توسع العلامة

7. الخاتمة وخارطة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني للتنفيذ

المرحلة	المدة الزمنية
تسجيل المشروع	من أسبوع إلى أسبوعين
موافقة المول والتأجير	من أسبوعين إلى أربعة أسابيع
تصنيع وتجهيز الكشك	من ثلاثة إلى خمسة أسابيع
توريد المخزون	من أسبوع إلى أسبوعين
الإطلاق التجريبي	أسبوع واحد
بدء التشغيل الكامل	الشهر الثاني

7.2 الملاحظات الختامية

يمثل نموذج عمل كشك الإكسسوارات فرصة استثمارية منخفضة المخاطر وسريعة الوصول إلى نقطة التعادل، مع قابلية عالية للتوسع في قطاع التجزئة بسلطنة عُمان. ومن خلال اختيار تشكيلة المنتجات المناسبة، والاهتمام بالعرض المرئي، والانضباط في إدارة المخزون، والتفاعل المستمر مع العملاء، يمكن للمشروع تحقيق أرباح مستدامة والتوسع مستقبلاً إلى تشغيل عدة أكشاك أو نموذج امتياز تجاري.