

# خدمة تصميم واجهات عرض المحلات في عُمان

## 1. الملخص التنفيذي

### 1.1 نظرة عامة على المشروع

خدمة تصميم واجهات عرض المحلات هي نشاط متخصص في التسويق البصري وبناء العلامة التجارية في سلطنة عُمان، يركّز على تصميم وتنفيذ وصيانة واجهات عرض جذابة للمحلات التجارية، وصلات العرض، والمراكز التجارية، والمعارض، والمساحات التجارية المختلفة.

تهدف الخدمة إلى مساعدة الأنشطة التجارية على زيادة عدد الزوار، وتحسين صورة العلامة التجارية، وتعزيز المبيعات من خلال تحويل واجهات المحلات إلى أدوات تسويقية فعّالة. تستهدف الشركة المحلات الصغيرة، والعلامات التجارية بنظام الامتياز، والمجمعات التجارية، والحملات الموسمية مثل رمضان، والعيد، واليوم الوطني، وحملات التخفيضات.

يعتمد هذا المشروع على النمو المستمر لقطاع التجزئة في سلطنة عُمان، وانتشار ثقافة المراكز التجارية، وارتفاع حدة المنافسة بين المتاجر الفعلية التي تتطلب تميزاً بصرياً لجذب العملاء.

### 1.2 أهداف المشروع

- تأسيس علامة تجارية احترافية لخدمات تصميم واجهات العرض في سلطنة عُمان
- تقديم حلول تسويق بصري مخصصة وبأسعار مناسبة
- الحصول على عقود صيانة طويلة الأجل مع تجار التجزئة
- بناء ملف أعمال قوي وقاعدة عملاء متكررين
- التوسع نحو عقود شاملة مع المراكز التجارية وخدمات إدارة العلامات التجارية

### 1.3 الهيكل القانوني للمشروع

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان عبر مركز سند كأحد الخيارين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة للأعمال الإبداعية التي تُدار من قبل المالك - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة للشراكات والعقود مع المراكز التجارية

تكلفة التسجيل والإجراءات الحكومية التقديرية: - مؤسسة فردية: 100 - 300 ريال عُماني - شركة ذات مسؤولية محدودة: 300 - 500 ريال عُماني (لا تشمل التأشيرات، إيجار المكتب، أو الاستشارات المتقدمة)

### 1.4 الخدمات المقدمة

- تصميم واجهات عرض المحلات (الفكرة والتصميم)
- واجهات موسمية وترويجية
- تنسيق المانيكان وترتيب الإكسسوارات
- الإضاءة والتحسينات البصرية
- التركيب والفك
- عقود صيانة شهرية أو ربع سنوية

## 1.5 السوق المستهدف

- محلات التجزئة (الأزياء، الإلكترونيات، مستحضرات التجميل)
- المراكز التجارية
- فروع الامتياز التجاري
- صالات العرض
- المشاركون في المعارض والفعاليات

## 1.6 الميزة التنافسية

- خدمة متخصصة في مجال التسويق البصري
- تكلفة أقل مقارنة بوكالات الإعلان الشاملة
- سرعة في التنفيذ مع تخصيص حسب احتياج العميل
- مراعاة الثقافة المحلية والمواسم
- نموذج إيرادات قائم على العقود المتكررة

## 1.7 ملخص مالي (تقديري)

- تكلفة التأسيس المتوقعة: 6,000 - 12,000 ريال عُمان
- الإيرادات الشهرية المحتملة: 1,500 - 5,000 ريال عُمان
- فترة استرداد رأس المال: 6 - 12 شهرًا
- الرؤية خلال 5 سنوات: أن تصبح الشركة من أبرز مزودي خدمات التسويق البصري في سلطنة عُمان

## 1.8 الرؤية والرسالة

**الرؤية:** الارتقاء بتجربة التسوق في سلطنة عُمان من خلال واجهات عرض مبتكرة ومؤثرة.

**الرسالة:** مساعدة تجار التجزئة على جذب العملاء والتفاعل معهم وتحويلهم إلى مشتريين من خلال حلول تسويق بصري احترافية ومناسبة للسوق المحلي.

## 2. تفاصيل المشروع - الأهداف، عرض القيمة، الخدمات، المعدات وهيكل الفريق

### 2.1 أهداف المشروع

**الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى)** - إكمال تسجيل المشروع في سلطنة عُمان عبر مركز سند - بناء ملف أعمال قوي يتضمن تنفيذ ما لا يقل عن 10-15 مشروع واجهات عرض للمحلات - الحصول على عقود صيانة شهرية أو موسمية مع محلات تجزئة صغيرة - بناء علاقات عمل مع إدارات المراكز التجارية وسلاسل التجزئة - تحقيق استقرار تشغيلي شهري خلال أول 6 أشهر

**الأهداف متوسطة المدى (السنتان 2-3)** - التوسع لتقديم حملات موسمية شاملة على مستوى المراكز التجارية - توظيف مصممين إضافيين وفنيي تركيب - تقديم عقود طويلة الأجل بنظام الاحتفاظ الشهري للعلامات التجارية وسلاسل المتاجر - الاستثمار في إكسسوارات قابلة لإعادة الاستخدام وأنظمة عرض مرنة

**الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5) -** أن تصبح الشركة مزودًا مفضلًا لخدمات التسويق البصري لدى المراكز التجارية في سلطنة عُمان - التوسع إلى خدمات المعارض وتنشيط العلامات التجارية - إنشاء ورشة عمل ومخزن مخصص للمعدات والإكسسوارات - التوسع إقليميًا كمكتب استشاري متخصص في التسويق البصري

## 2.2 عرض القيمة

تقدم خدمة تصميم واجهات عرض المحلات حلول تسويق بصري احترافية، ملائمة للثقافة المحلية، وموجهة نحو زيادة المبيعات، مما يساعد المتاجر على التميز في بيئات تجزئة تنافسية.

**محركات القيمة الأساسية:** - زيادة عدد الزوار ووضوح المتجر - سرد بصري احترافي للعلامة التجارية - مرونة عالية في الحملات الموسمية والترويجية - بديل اقتصادي لوكالات الإعلان الشاملة - أثر ملموس على أداء المبيعات

## 2.3 تفصيل الخدمات

**أولاً: خدمات التصميم والفكرة** - ابتكار الفكرة العامة ولوحات الإلهام - تخطيط الألوان والإضاءة وتوزيع العناصر - تصميم واجهات موسمية (رمضان، العيد، اليوم الوطني، التخفيضات)

**ثانيًا: التركيب والتنفيذ** - تنسيق وتليبس المانيكان - ترتيب الإكسسوارات واللوحات التعريفية - تركيب الإضاءة وضبطها - فك الواجهة بعد انتهاء الحملة

**ثالثًا: الصيانة والعقود طويلة الأجل** - تجديد وتنظيف شهري للواجهة - تحديثات موسمية - صيانة طارئة أو استبدال العناصر التالفة

## 2.4 المعدات، الأدوات والمواد

**أدوات التصميم والتخطيط** - جهاز حاسوب محمول مزود ببرامج التصميم - عينات ألوان وأقمشة - أدوات القياس والتخطيط

**معدات التركيب** - سلالم ومعدات سلامة - أدوات يدوية وملحقات تثبيت - مجموعات إضاءة متنقلة

**الإكسسوارات والمواد (قابلة لإعادة الاستخدام)** - مانيكان بمقاسات مختلفة - قواعد ومنصات عرض - نباتات صناعية، إطارات، ومواد ديكور

**الاستثمار التقديري في المعدات:** 2,000 - 4,000 ريال عُماني

## 2.5 هيكل الفريق والموارد البشرية

### التشكيل الأولي للفريق

**المالك / المدير الإبداعي** - استقطاب العملاء واعتماد الأفكار - الإشراف الإبداعي وضبط الجودة - إدارة الموردين والمتعاقدين

**مصمم تسويق بصري (موظف واحد)** - تنفيذ التصميم والتنسيق - التركيب الميداني للواجهات

**فني تركيب / مساعد (موظف واحد)** - التركيب والفك - النقل والخدمات اللوجستية

**التكلفة الشهرية التقديرية للرواتب** - مصمم تسويق بصري: 300 - 450 ريال عُُماني - فني تركيب: 200 - 300 ريال عُُماني - إجمالي الرواتب: 500 - 750 ريال عُُماني

## 2.6 آلية التشغيل

- استلام استفسار العميل وزيارة الموقع
- تقديم الفكرة وعرض السعر
- اعتماد العميل
- التحضير والتنفيذ
- التركيب وفحص الجودة
- الصيانة أو إغلاق الحملة

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

### 3.1 نقاط القوة

#### تخصص دقيق في التسويق البصري

التركيز على تصميم واجهات عرض المحلات يمنح المشروع ميزة تنافسية واضحة مقارنة بشركات الإعلان العامة أو شركات التصميم الداخلي.

#### انخفاض متطلبات رأس المال المبدئي

بالمقارنة مع الوكالات أو شركات التجهيز الشامل، فإن تكاليف التأسيس محدودة وقابلة للتوسع التدريجي.

#### قيمة إبداعية عالية مقابل تكلفة مواد منخفضة

تعتمد القيمة الأساسية على التفكير الإبداعي وخبرة التنسيق أكثر من الاعتماد على مواد باهظة الثمن.

#### إمكانية إيرادات متكررة

توفر عقود الصيانة والحملة الموسمية تدفقات نقدية مستقرة ومتوقعة.

#### القدرة على التكيف الثقافي والموسمي

المرونة في تصميم واجهات تتناسب مع رمضان، العيد، اليوم الوطني، ومواسم التخفيضات.

### 3.2 نقاط الضعف

#### الاعتماد على ملف الأعمال في المراحل الأولى

يعتمد استقطاب العملاء في البداية بشكل كبير على بناء سجل أعمال موثوق.

#### الاعتماد على الكفاءات البشرية في التنفيذ

تتطلب المشاريع مصممين وفنيين مهرة، مما قد يحد من القدرة الاستيعابية.

#### تذبذب التدفقات النقدية في المشاريع الفردية

قد تؤثر الدفوعات غير المنتظمة في حال عدم وجود عقود طويلة الأجل على الاستقرار المالي.

#### الحاجة إلى التخزين والنقل

تتطلب الإكسسوارات والمانيكان حلول تخزين ونقل مناسبة.

### 3.3 الفرص

**تصاعد المنافسة في قطاع التجزئة العُماني**  
يدفع التجار إلى الاستثمار أكثر في التميز البصري لجذب الزوار.

**توسع المراكز التجارية ومشاريع التجديد**  
يوفر فرصاً مستمرة لخدمات تصميم واجهات العرض الاحترافية.

**الطلب المرتفع في المواسم والحملات الترويجية**  
خصوصاً خلال رمضان، العيد، اليوم الوطني، وحملات التخفيض الكبرى.

**عقود طويلة الأجل مع العلامات التجارية**  
تفضل السلاسل التجارية توحيد الهوية البصرية عبر فروعها.

**توسيع نطاق الخدمات**  
إمكانية إضافة خدمات العروض الداخلية، الأكشاك المؤقتة، وتصميم أجنحة المعارض.

### 3.4 التهديدات

**المنافسة من المستقلين منخفضي التكلفة**  
قد تؤدي الخدمات غير المنظمة إلى الضغط على الأسعار.

**التباطؤ الاقتصادي**  
قد يقلل من إنفاق المتاجر على التسويق غير الأساسي.

**تأخر الدفعات من العملاء**  
تتبع بعض متاجر التجزئة دورات سداد طويلة.

**تقلب أسعار المواد**  
قد تؤثر تغيرات أسعار الإضاءة والإكسسوارات على هوامش الربح.

### 3.5 الانعكاسات الاستراتيجية

- التركيز على العقود طويلة الأجل لتثبيت التدفقات النقدية
- بناء دراسات حالة قبل/بعد توضح العائد على الاستثمار
- الاستثمار المبكر في أنظمة عرض مرنة وقابلة لإعادة الاستخدام
- الحفاظ على تموضع متميز قائم على النتائج وليس الزينة فقط

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

جميع الأرقام تقديرية ومحسوبة بشكل محافظ، ومقدمة بالريال العُماني، وقد تختلف النتائج الفعلية حسب حجم العقود، عدد العملاء، والانضباط التشغيلي.

#### 4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة

##### أولاً: تسجيل المشروع والإجراءات القانونية

البند	التكلفة التقديرية (ريال عُُماني)	ملاحظات
حجز الاسم التجاري	10 - 20	وزارة التجارة
السجل التجاري	30 - 150	رسوم مخفضة
غرفة تجارة وصناعة عُمان	100 - 200	لمدة 1-2 سنة
رسوم خدمات سند	50 - 100	تختلف حسب المركز
الرخصة البلدية	50 - 150	حسب النشاط
<b>إجمالي التسجيل</b>	<b>100 - 500</b>	مؤسسة فردية أو شركة

##### ثانياً: المعدات، الإكسسوارات والتجهيز

البند	التكلفة التقديرية (ريال عُُماني)
برامج وأجهزة التصميم	500 - 1,000
مانيكاف (مجموعة أولية)	600 - 1,200
إكسسوارات ومواد ديكور قابلة لإعادة الاستخدام	600 - 1,500
معدات الإضاءة	300 - 700
أدوات، سلاسل ومعدات سلامة	300 - 600
تجهيزات النقل والتخزين	400 - 1,000
مواد الهوية وملف الأعمال	200 - 500
<b>إجمالي المعدات</b>	<b>2,900 - 6,500</b>

**إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية - الحد الأدنى:** حوالي 4,000 ريال عُُماني - **الحد الأعلى:** حوالي 8,000 ريال عُُماني

#### 4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

فئة المصروف	التكلفة الشهرية (ريال عُُماني)
رواتب الموظفين	500 - 750
النقل والوقود	120 - 250
التخزين / ورشة صغيرة	150 - 300
التسويق والمبيعات	100 - 200

فئة المصروف	التكلفة الشهرية (ريال عُمانى)
البرامج والإنترنت	80 - 40
مستهلكات وصيانة	150 - 80
مصروفات متنوعة	150 - 100
<b>إجمالي المصروفات الشهرية</b>	<b>1,880 - 1,090</b>

### 4.3 نموذج الإيرادات

**مصادر الدخل** - مشاريع تصميم واجهات عرض لمرة واحدة - حملات موسمية (رمضان، العيد، التخفيضات) - عقود صيانة شهرية أو ربع سنوية

**متوسط التسعير** - مشروع واجهة واحدة: 250 - 800 ريال عُمانى - واجهة موسمية (للمحل الواحد): 600 - 1,500 ريال عُمانى - عقد صيانة شهري (للمعمل الواحد): 300 - 800 ريال عُمانى

### 4.4 سيناريوهات الإيرادات الشهرية

السيناريو	الافتراضات	الإيرادات (ريال عُمانى)
متحف	3 مشاريع + عقد واحد	1,500~
متوقع	5 مشاريع + عقدان	3,000~
متفائل	8 مشاريع + 3 عقود	5,000~

### 4.5 صافي الربح الشهري التقديري

السيناريو	الإيرادات	المصروفات	صافي الربح
متحف	1,500	1,400	100
متوقع	3,000	1,600	1,400
متفائل	5,000	1,900	3,100

### 4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح المتوقع: 1,200 - 1,500 ريال عُمانى شهرياً
- تكلفة التأسيس: 4,000 - 8,000 ريال عُمانى
- فترة استرداد رأس المال المتوقعة: 6 - 8 أشهر

### 4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة	الإيرادات (ريال عُمانى)	صافي الربح (ريال عُمانى)
السنة 1	30,000 - 35,000	10,000 - 14,000

السنة	الإيرادات (ريال عُُماني)	صافي الربح (ريال عُُماني)
السنة 2	55,000 – 45,000	24,000 – 18,000
السنة 3	75,000 – 65,000	35,000 – 28,000
السنة 4	110,000 – 90,000	55,000 – 40,000
السنة 5	+130,000	85,000 – 65,000

## 5. تحليل العملاء - شرائح التجزئة، سلوك الشراء وصُنع القرار

### 5.1 نظرة عامة على السوق (سياق قطاع التجزئة في عُمان)

يعتمد قطاع التجزئة في سلطنة عُمان بشكل أساسي على المراكز التجارية، ومحلات الشوارع الرئيسية، وفروع الامتياز التجاري. ومع تصاعد المنافسة، أصبح التميز البصري على مستوى واجهة المتجر عاملاً رئيسياً في التأثير على حركة الدخول للمحل.

أصبحت واجهات عرض المحلات تُعامل بشكل متزايد كاستثمار في المبيعات وبناء العلامة التجارية، وليس مجرد عنصر تجميلي.

عادةً ما يقوم تجار التجزئة بتحديث واجهات العرض خلال: - مواسم رمضان والعيد - اليوم الوطني والمناسبات الاحتفالية - حملات التخفيضات الكبرى وتصفية المخزون - إطلاق العلامات التجارية أو إعادة افتتاح المتاجر

### 5.2 شرائح العملاء الرئيسية

**الشريحة الأولى: محلات التجزئة المستقلة** - أمثلة: محلات الأزياء، الهدايا، الإلكترونيات - صانع القرار: مالك المتجر - حجم الميزانية: منخفض إلى متوسط - دافع الشراء: زيادة عدد الزوار بسرعة - التحدي الرئيسي: غياب قدرات التصميم الداخلي - متوسط الإنفاق: 250 - 800 ريال عُُماني للمشروع الواحد

**الشريحة الثانية: سلاسل المتاجر والامتياز التجاري** - أمثلة: علامات الأزياء، مستحضرات التجميل، متاجر الهواتف - صانع القرار: مدير العلامة أو العمليات - حجم الميزانية: متوسط إلى مرتفع - دافع الشراء: توحيد الهوية البصرية عبر الفروع - التحدي الرئيسي: الحاجة إلى تصاميم موحدة مع مراعاة السوق المحلي - متوسط الإنفاق: 600 - 1,500 ريال عُُماني لكل متجر

**الشريحة الثالثة: المراكز التجارية وإداراتها** - أمثلة: الحملات الشاملة، الردهات، الممرات - صانع القرار: إدارة المركز التجاري أو فريق التسويق - حجم الميزانية: مرتفع - دافع الشراء: تحسين المظهر العام وأداء المستأجرين - التحدي الرئيسي: تنسيق عدة موردين والجداول الزمنية - متوسط الإنفاق: 3,000 - 15,000 ريال عُُماني للحملة الواحدة

**الشريحة الرابعة: المشاركون في المعارض والفعاليات** - أمثلة: المعارض التجارية، إطلاق المنتجات، الأكشاك المؤقتة - صانع القرار: مدير التسويق أو العلامة التجارية - حجم الميزانية: متوسط - دافع الشراء: إبراز العلامة التجارية والتأثير البصري - التحدي الرئيسي: ضيق الوقت وتعقيد التركيب



### 5.3 سلوك الشراء وآلية اتخاذ القرار

**محفزات الشراء** - انخفاض حركة الزوار داخل المتجر - اقتراب موسم احتفالي أو حملة تخفيضات - إطلاق منتج جديد - ضعف أداء واجهة العرض الحالية

**دورة اتخاذ القرار** 1. تحديد الحاجة 2. اعتماد الميزانية 3. حصر الموردين 4. مراجعة الفكرة والتصميم 5. التنفيذ والتقييم

متوسط دورة اتخاذ القرار: 7 - 21 يومًا

### 5.4 سلوك الميزانية وأنماط الدفع

- تفضّل المحلات الصغيرة التسعير حسب المشروع
- تفضّل السلاسل والمراكز التجارية العقود أو الحملات الشاملة
- تتراوح شروط الدفع عادةً بين 15 - 45 يومًا
- غالبًا ما يُطلب دفعات مقدمة لتغطية تكلفة المواد

### 5.5 احتياجات العملاء وتوقعاتهم

- تصاميم إبداعية وعملية في الوقت نفسه
- وضوح العائد على الاستثمار (زيادة الزيارات والظهور)
- الالتزام بالمواعيد في التركيب
- أقل قدر من الإرباك أثناء ساعات عمل المتجر
- دعم صيانة موثوق ومستمر

### 5.6 نماذج شخصيات العملاء (تمثيلية)

**الشخصية الأولى: مالك متجر مستقل** - يبحث عن واجهات جذابة بتكلفة مناسبة - يتخذ قرارات سريعة - يفضل التعامل مع مزودين محليين

**الشخصية الثانية: مدير علامة تجارية (سلسلة متاجر)** - يركز على الاتساق والالتزام بهوية العلامة - يتبع دورة موافقات أطول - يمتلك ميزانية أعلى

**الشخصية الثالثة: مدير تسويق مركز تجاري** - يدير مشاريع واسعة النطاق - يعتمد التخطيط الموسمي - يفضل علاقات طويلة الأجل مع الموردين

## 6. استراتيجية التسويق والمبيعات المخصصة - استقطاب العملاء، التسعير والنمو

### 6.1 تموضع العلامة التجارية ورسالة القيمة

**التموضع:** شريك تسويق بصري موجّه بالنتائج، يركز على زيادة عدد الزوار والمبيعات، وليس مجرد عنصر زخرفي.

**الرسائل الأساسية:** - تحويل واجهات العرض إلى أدوات بيع فعّالة - تصاميم موسمية ملائمة للثقافة المحلية - تنفيذ احترافي وفي الوقت المحدد - عائد واضح على الاستثمار من خلال الظهور والتفاعل

## 6.2 استراتيجية استقطاب العملاء

**أولاً: المبيعات المباشرة والتواصل** - زيارات ميدانية مستهدفة للمراكز التجارية ومحلات الشوارع الرئيسية - اجتماعات مباشرة مع أصحاب المتاجر وفرق تسويق المراكز التجارية - البيع عبر المقترحات مدعومًا برسومات وأفكار مبدئية

**ثانيًا: البيع عبر ملف الأعمال** - دراسات حالة قبل/بعد - نماذج وتصاميم موسمية ولوحات إلهام - عرض نتائج قابلة للقياس (زيادة الحركة، التفاعل)

**ثالثًا: الشراكات** - شركات إدارة المراكز التجارية - مقاولو تجهيز المحلات - وكالات التسويق والعلاقات العامة (تنفيذ بالنيابة)

## 6.3 نماذج التسعير والعقود

**التسعير حسب المشروع** - تصميم واجهات عرض لمرة واحدة - مناسب للمحلات الصغيرة - نطاق السعر: 250 - 800 ريال عُُماني

**باقات الحملات الموسمية** - رمضان، العيد، اليوم الوطني، التخفيضات الكبرى - تشمل التصميم، التركيب والفك - نطاق السعر: 600 - 1,500 ريال عُُماني لكل متجر

**عقود الصيانة الشهرية (الخيار المفضل)** - تحديثات وصيانة شهرية - أولوية في الاستجابة وأسعار مخفضة - نطاق السعر: 300 - 800 ريال عُُماني شهريًا

## 6.4 مسار المقترحات والمبيعات

1. توليد العملاء المحتملين
2. زيارة الموقع وجمع المتطلبات
3. عرض الفكرة والتسعير
4. اعتماد العميل
5. التنفيذ والمراجعة
6. الترقية إلى عقد صيانة طويل الأجل

## 6.5 قنوات التسويق

- إنستغرام ولينكدإن (عرض ملف الأعمال)
- ملف النشاط التجاري على جوجل
- التوصيات والكلام المتداول بين العملاء
- المشاركة في معارض التجزئة

## 6.6 الاستراتيجية الترويجية (أول 12 شهرًا)

- خصومات تعريفية للعملاء الجدد
- عروض مجمعة للعلامات متعددة الفروع
- استشارة أو نموذج تصميم مجاني
- حملات ترويجية موسمية

## 6.7 خارطة طريق نمو المبيعات (5 سنوات)

السنة	محور التركيز	النتيجة
السنة 1	بناء ملف الأعمال والمصداقية	قاعدة عملاء مستقرة
السنة 2	العقود طويلة الأجل والسلاسل	إيرادات متوقعة
السنة 3	عقود شاملة مع المراكز	مشاريع عالية القيمة
السنة 4	التوسع الإقليمي	تعزيز مكانة العلامة
السنة 5	الاستشارات والترخيص	نمو قابل للتوسع

## 7. الجدول الزمني للتنفيذ والخلاصة

### 7.1 الجدول الزمني العام للتنفيذ

المرحلة	المدة
تسجيل المشروع	1 - 2 أسبوع
تطوير ملف الأعمال	2 - 4 أسابيع
استقطاب العملاء	من الشهر الأول فصاعدًا
تحقيق نقطة التعادل	الشهر 6 - 8

### 7.2 الخلاصة

يمثل مشروع خدمة تصميم واجهات عرض المحلات فرصة استثمارية ذات هامش ربح مرتفع، ومتطلبات رأسمالية منخفضة، وقابلية عالية للتوسع في قطاع التجزئة المتطور في سلطنة عُمان. ومن خلال أساس إبداعي قوي، واستراتيجية مبيعات منضبطة، والتركيز على العقود طويلة الأجل، يمكن للمشروع تحقيق استرداد سريع لرأس المال ونمو مستدام على المدى الطويل.